APRIL,MAY,JUNE 2020 (Quarter 2) Vol. 6 Issue 63 THE FIRST ADVERTISING & MARKETING MAGAZINE IN MALAYALAM Price:₹50/-

ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം EFFECTIVE ADCOM

INSIDE OUTSIDE AD WORLD

THE WORLD OF EFFECTIVE COMMUNICATION

തൃശൂരിന്റെ കച്ചോടക്കണ്ണ്

ശബ്ദവിന്യാസവും ആശയവിനിമയവും

മഹത് വചനങ്ങളാണ് വിളംബരങ്ങളാകുന്നത്

VIRUS ATTACK

കോളിളക്കം സൃഷ്ടിച്ച് കോവിഡ് 19

BRANDING • MODEL WATCH • MARKETING • MOTIVATION • MEDIA

ഇനി ഓൺലൈനിലൂടെ മാത്രമല്ല ഫോണിലൂടെയും ഹോസ്പിറ്റൽ അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് ബുക്ക് ചെയ്യാം

2016 ജൂലൈ ഒന്നിനാണ് (ദേശീയ ഡോക്ടേഴ്സ് ദിനം) ക്വിക് ഡോക് ഡോട് കോം കേരള ജനതയ്ക്കായി സമർപ്പിച്ചത്.

ഹോസ്പിറ്റലുകളുടെയും ക്ലിനിക്കുകളുടെയും അപ്പോയ്ന്റ്മെന്റ് ബുക്കുചെയ്യാൻ സഹായിക്കുന്ന ഓൺലൈൻ ആപ്ലിക്കേഷനാണ് ക്വിക്ഡോക്ഡോട്കോം.ഇപ്പോൾ 142 ആശുപത്രികളിലും 113 ക്ലിനിക്കുകളിലുമായി കേരളത്തിലെ വിദഗ്ധരായ 2743 ഡോക്ടർമാരുടെ അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ ലഭ്യമാണ്. നിങ്ങളുടെ റജിസ്ട്രേഷനിലൂടെ നിങ്ങളുടെ ബന്ധുക്കൾക്കോ, സുഹൃത്തുക്കൾക്കോ അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് എടുക്കാം.

ഒരു മാസം മുമ്പു മുതൽ അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ ലഭ്യമാണ്. എല്ലാ ദിവസവും രാവിലെ 8 മണിവരെ അതത് ദിവസത്തെ ഏറ്റവും അടുത്ത ടോക്കണുകൾ ലഭിക്കും. അതുപോലെ വിദഗ്ധരായ ഡോക്ടർമാരുടെ സേവനം ഏത് ആശുപത്രിയിലുണ്ട് എന്നും ഏതൊക്കെ ആശുപത്രികളിൽ എന്തൊക്കെ സേവനങ്ങൾ ഉണ്ട് എന്നും അറിയാം.

നിങ്ങൾ എടുക്കുന്ന അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ സ്ഥിരീകരിക്കാനായി qkdoc.com കസ്റ്റമർ കെയർ ടീം നിങ്ങളെ സഹായിക്കും. അതുപോലെ ഏതു സമയത്ത് ചെല്ലണമെന്നും നിർദേശം തരും. കൂടാതെ പൊതുജനങ്ങൾക്കായി സൗജന്യ രോഗനിർണയ ക്യാംപുകളും ആരോഗ്യ സെമിനാറുകളും ആശുപത്രികളുമായി സഹകരിച്ച് നടത്തുന്നുണ്ട്.

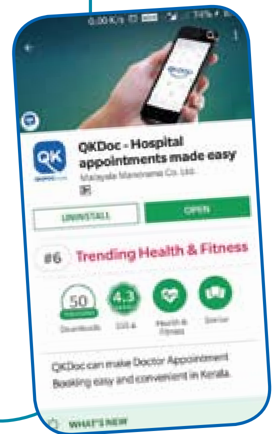
അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് എടുക്കുവാൻ 2 വഴികൾ

ഓപ്ഷൻ 1 *A)* qkdoc.com വെബ്സൈറ്റ് അല്ലെങ്കിൽ qkdoc ആപ്ലിക്കേഷൻ ഡൗൺലോഡ് ചെയ്ത് റജിസ്റ്റർ ചെയ്യുക B) വേണ്ട ആശുപത്രി/ക്ലിനിക്/ഡോക്ടർ/ സ്പെഷലൈസേഷൻ സേർച്ച് ചെയ്യുക C) ലഭ്യമായ ടോക്കണുകൾ നേടുക D) റജിസ്ട്രേഷനിലൂടെ നിങ്ങൾക്കോ, സുഹൃത്തുക്കൾക്കോ, ബന്ധുക്കൾക്കോ, ടോക്കണുകൾ നേടാം. അതിനായി Book for another parent ക്ലിക്കു ചെയ്ത് മുൻപോട്ട് പോകുക.

ഓപ്ഷൻ 2 *A)* അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ എടുക്കാനായി 7012612323 (24 x 7) (ഞായറാഴ്ചകളിലും) 8943927714, 0481-2587421 / 422 (രാവിലെ ഒമ്പതു മുതൽ വൈകിട്ട് 6 വരെ) നമ്പരുകളിലേക്ക് വിളിക്കാം B) നിങ്ങൾക്ക് ആവശ്യമായ ആശുപത്രി / ക്ലിനിക്ക് / ഡോക്ടർ എന്നീ വിവരങ്ങൾ പറയുക C) നിങ്ങളുടെ ഫോണിൽ വരുന്ന എസ്എംഎസിൽ നിന്നും ഒടിപി നമ്പർ പറഞ്ഞുകൊടുക്കുമ്പോൾ ലഭ്യമായ ടോക്കണുകൾ നൽകുന്നു.

ഡോക്ടറുടെ
അപ്പോയ്ന്റ്മെന്റിനായി
വിളിക്കുക

7012612323 (24x7)
0481 2587421 / 422
(9 am to 6pm)



ആശുപത്രികളും ക്ലിനിക്കുകളും qkdoc.com ൽ റജിസ്റ്റർ ചെയ്യുവാനായി വിളിക്കുക : 8086137088, 9447732525

- വിളിക്കുക 7012612323 (24x7) 0481 2587421/422 (9 am to 6pm)
- നിങ്ങളുടെ ആശുപത്രി/ക്ലിനിക്/ഡോക്ടർ എന്നീ വിവരങ്ങൾ പറയുക
- നിങ്ങൾക്കു വരുന്ന SMS ലെ OTP നമ്പർ പറഞ്ഞുകൊടുക്കുമ്പോൾ ലഭ്യമായ ടോക്കണുകൾ നൽകുന്നു



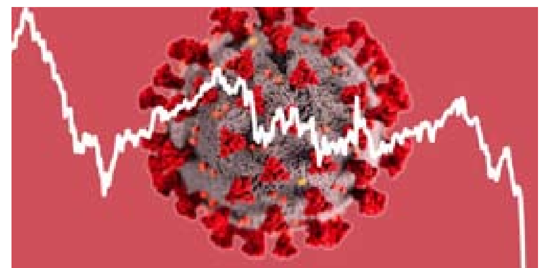
ഉള്ളടക്കം

Cover: Aranya Thakur

Vol. 6 | Issue 63 | April, May, June 2020











Images Courtesy: Google

ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം EFFECTIVE
ADCOM
Advertising is Communication. Marketing is destination
The First Advertising & Marketing Magazine in Malayalam

Chief Editor
Mathew K. Mulamoottil

Associate Editor
Batten Bose

Advisory Board
Thekkinkadu Joseph
Prof. Josy Joseph
Joshy George
Somie
Janeesh Jajikalayam

Marketing & Circulation Co-ordinator
Vilsu Mathew
Ph: 9744993356

Layout / Illustration
Adart Designing

Office Administration
Mini S. Nair

Marketing Offices:
Effective Publications
Mughal Palace Bldg, Collectorate P.O.
Kottayam - 2 , Kerala, India.
Ph: 08593 998705
e-mail: effectiveadcom@gmail.com

Regd. Office:
Mulamoottil Bldg., Cathedral Road
Manorama (S), Kottayam - 1, Kerala, India

effectiveadcom/posts 09846057461
/effective.adcom /effective-adcom

To read online:
www.effectiveadcom.com



EDITORIAL

ഒന്നായി പോരാടാം

ലോക്ഡൗൺ സൃഷ്ടിച്ച ഇടവേളയ്ക്കുശേഷം ആഡ്കോം പുതിയ ലക്കം തയാറാവുകയാണ്. അപ്രതീക്ഷിതമായുണ്ടായ ഈ മഹാമാരിയിൽ നിന്നും രക്ഷനേടുവാൻ ലോകം മുഴുവൻ ശ്രമിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുകയാണല്ലോ. രോഗികളുടെ എണ്ണവും മരണസംഖ്യയും കുതിച്ചുയരുന്നു. എന്നാൽ പലരും ഇപ്പോഴും ഇതിന്റെ ഗൗരവം മനസ്സിലാക്കാതെ പെരുമാറുന്നതായി റിപ്പോർട്ടുകളുണ്ട്.

കൊറോണയുടെ ഈ കരാളഹസ്തത്തിൽ നിന്നും വിടുതൽ ലഭിക്കുവാൻ മനുഷ്യസമൂഹം ഒന്നായി കാര്യങ്ങൾ മനസ്സിലാക്കി ഉണർന്നു പ്രവർത്തിക്കേണ്ടതുണ്ട്. 'പ്രവർത്തിക്കുക' എന്നതിനേക്കാൾ 'ഒന്നും ചെയ്യാതിരിക്കുക' യാണ് ഈ കാര്യത്തിൽ കൂടുതൽ അഭികാമ്യം എന്നതാണ് സത്യം. എന്നാൽ മനുഷ്യന് ദീർഘകാലം കൂട്ടിലടച്ചിരിക്കുവാൻ സാധ്യമല്ല. അപ്പോൾ കരുതലിനും ശ്രദ്ധയ്ക്കുമാണ് പ്രാധാന്യം. സർക്കാരുകൾക്കും ആരോഗ്യപ്രവർത്തകർക്കും ചെയ്യാൻ കഴിയുന്ന കാര്യങ്ങൾക്ക് പരിധിയുണ്ട്. നാം ഒരുപോലെ സഹകരിച്ചാൽ മാത്രമേ ഇതിനെ പ്രതിരോധിക്കുവാൻ സാധിക്കൂ.

അല്പം സേവനങ്ങൾ ചെയ്ത ശേഷം അതിന്റെ 'ക്രെഡിറ്റി'നായി കടിപിടികൂടുന്ന പ്രവണതയാണ് കണ്ടു വരുന്നത്. എവിടെത്തിരിഞ്ഞാലും ഉപദേശികളുടെയും സാരോപദേശങ്ങളുടെയും കാലമാണിത്; നല്ലതു തന്നെ. എന്നാൽ സ്വന്തം താല്പര്യ സംരക്ഷണത്തിനേക്കാൾ മനുഷ്യ നന്മക്കും രക്ഷയ്ക്കും പ്രധാന്യം നൽകിക്കൊണ്ടായിരിക്കട്ടെ നമ്മുടെ ചിന്തകളും പ്രവർത്തികളും.

ചീഫ് എഡിറ്റർ



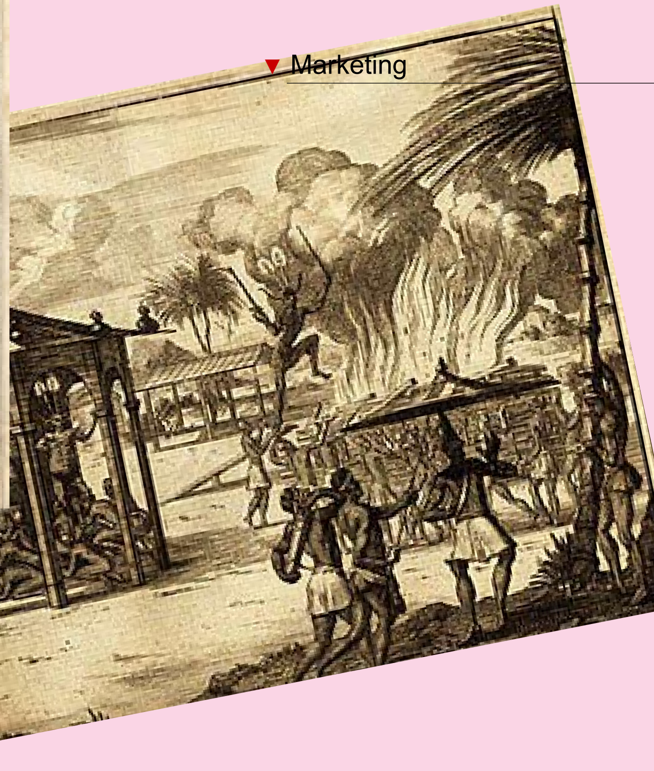
തൃശൂരിന്റെ കച്ചോടക്കണ്ണ്

ഇന്ന്, യാത്രയുടെ ഇന്ധനം പെട്രോൾ ആണെങ്കിൽ അന്ന് കാറ്റായിരുന്നു യാത്രകൾ നിയന്ത്രിച്ചിരുന്നത്. ചെങ്കടലിലെ യെമനും സോമാലിയയ്ക്കും ഇടയിൽനിന്ന് തുടങ്ങുന്ന കാലവർഷക്കാറ്റ്, പായ്ക്കപ്പലുകളെ അനായാസം മുസിരീസിൽ എത്തിച്ചു. മൂന്നുമാസത്തിനുശേഷം (വൃശ്ചികം, ധനു, മകരം) വിപരീത ദിശയിലുള്ള കാറ്റ് കപ്പലുകളെ തിരിച്ച് ചെങ്കടലിലെത്തിക്കുന്നു. ഈ യാത്രാ ചക്രമാണ് കേരളത്തിലെ കച്ചവടത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനശില പാകിയത്.

ഭൂമുഖത്തുള്ളതെല്ലാം വാങ്ങാനും വില്ക്കാനും ഉള്ളതാണെന്ന വിശ്വാസമാണ് തെരുവിലെ മിക്കവർക്കും. ആയതുകൊണ്ട് കണ്ണും കയ്യും തെളിയുമ്പോളേ എന്തെങ്കിലും കച്ചവടം ചെയ്ത് നാല് കാശുണ്ടാക്കുന്നതിലാകും അവരുടെ നോട്ടം. ചെറുപ്പം മുതലേ വെള്ളേപ്പം വിറ്റ് കഴിഞ്ഞിരുന്ന മാക്കാച്ചിത്തള്ള, വീടുതോറും മുട്ടവിറ്റിരുന്ന ദാവീദ്, ചുറ്റുമുള്ള തുരുത്തുകളിൽനിന്നും പശുത്തോൽ വാങ്ങി ഉപ്പുചേർത്തുണക്കി മാളയിൽ കൊണ്ടുപോയി വിറ്റിരുന്ന ഇമ്പായി. സേതുവിന്റെ 'ആലിയ' എന്ന നോവലിലെ കച്ചവടക്കാരെക്കുറിച്ചുള്ള വിവരണമാണ് മുകളിൽ കൊടുത്തിരിക്കുന്നത്. ഇത് വായിക്കുമ്പോൾ കച്ചവടം ഒരു ഹരമായി കൊണ്ടുനടന്നിരുന്ന ഒരു ജനസമൂഹമാണ് നമ്മുടേതെന്ന് ഒറ്റനോട്ടത്തിൽ തോന്നാം.

ചരിത്രത്തിന്റെ താളുകളിലേക്ക് ഇറങ്ങിച്ചെന്നാൽ ഇന്ത്യയിലെ ഇതര സംസ്ഥാനങ്ങളിൽനിന്നും വ്യത്യസ്തമായി 'വൈശ്യർ' എന്ന വർഗ്ഗം കേരളത്തിൽ ഉണ്ടായിരുന്നില്ലെന്നാണ് ഈ രംഗത്തെ വിശാരധന്മാർ പറയുന്നത്. അപ്പോൾ മലയാളി എങ്ങനെ കച്ചവടം പ





റിച്ചു എന്ന ചോദ്യം നമുക്കു മുന്നിൽ തെളിഞ്ഞു വരും. അതിലേക്കുള്ള അന്വേഷണമാണ് ഈ ലേഖനം.

യെമനിൽനിന്നും ആരംഭിച്ച് കൊടുങ്ങല്ലൂർ വരെ എത്തുന്ന സ്പൈസ് റൂട്ട് ആണ് കച്ചവടത്തിന്റെ വിത്ത് ഇവിടെ കൊണ്ടുവന്ന് പാകിയത്. യെമനിൽനിന്നും ഒരു വലിയ കൂട്ടം ആളുകൾ കൊടുങ്ങല്ലൂരിൽ വന്നിറങ്ങിയതായി പറയുന്നുണ്ട്. ഇസ്രായേലിൽനിന്നും കുടിയിറക്കപ്പെട്ട ജൂതന്മാരായിരുന്നു അവരിൽ അധികവും. കച്ചവടം ജൂതരുടെ രക്തത്തിൽ അലിഞ്ഞുചേർന്നിട്ടുള്ളതല്ലേ! ആ പണി ഇവിടേയും പയറ്റിയിട്ടുണ്ടാകാം.

ഇന്ന്, യാത്രയുടെ ഇന്ധനം പെട്രോൾ ആണെങ്കിൽ അന്ന് കാറ്റായിരുന്നു യാത്രകൾ നിയന്ത്രിച്ചിരുന്നത്. ചെങ്കടലിലെ യെമനും സോമാലിയയ്ക്കും ഇടയിൽനിന്ന് തുടങ്ങുന്ന കാലവർഷക്കാറ്റ്, പായ്ക്കപ്പലുകളെ അനായാസം മുസിരീസിൽ എത്തിച്ചു. മൂന്നുമാസത്തിനു ശേഷം (വൃശ്ചികം, ധനു, മകരം) വിപരീത ദിശയിലുള്ള കാറ്റ് കപ്പലുകളെ തിരിച്ച് ചെങ്കടലിലെത്തിക്കുന്നു. ഈ യാത്രാചക്രമാണ് കേരളത്തിലെ കച്ചവടത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനശില പാകിയത്. ഇരുന്നൂറോളം കപ്പലുകൾ ഇങ്ങിനെ വന്നിരുന്നതായാണ് രേഖപ്പെടുത്തിയിട്ടുള്ളത്. കടൽക്കാറ്റിൽപോലും കെടാതെ കത്താൻ കഴിയുന്ന പാനീസ് വിളക്കുകൾ യെമനിൽനിന്നും ഇവിടെ കൊണ്ടുവന്ന് പ്രചരിപ്പിച്ചത് ഈ കപ്പൽ യാത്രക്കാരാണ്.

ടോളമിയുടെ യാത്രാവിവരണത്തിൽ മുസിരീസിനെക്കുറിച്ച് മാത്രമല്ല, ചേറ്റുവ തുടങ്ങിയ കൊച്ചു തുറമുഖങ്ങളെക്കുറിച്ചും പരാമർശങ്ങളുണ്ട്. ഇത്രയൊക്കെ അനുകൂല സാഹചര്യങ്ങൾ നിന്നിട്ടും മലയാളിയുടെ മനസ്സ് കച്ചവടത്തെ ഉൾക്കൊണ്ടിരുന്നില്ല. പലപ്പോഴും രാജാക്കൻമാരോ അവരുടെ പ്രതിനിധികളോ ആണ് വിദേശികളുമായി കച്ചവടം ഉറപ്പിച്ചിരുന്നത്.

തൊട്ടടുത്തുള്ള പാണ്ടിനാട്ടിൽനിന്ന് (തമിഴ്നാട്) വണിക്കുകൾ പായ്ക്കപ്പലുകളിൽ കച്ചവടത്തിനായി യാത്ര ചെയ്തിരുന്നതായി രേഖകൾ ഉണ്ടെങ്കിലും മലയാളികളാരും തീരം വിട്ടുപോയതായി രേഖപ്പെടുത്തിയിട്ടില്ല. കേരളത്തിലേക്ക് കച്ചവടത്തിനായി അറബികൾ, പോർട്ടുഗ്ഗീസുകാർ, ഇംഗ്ലീഷുകാർ, ഫ്രഞ്ചുകാർ തുടങ്ങിയവർ വന്നിട്ടുണ്ടെങ്കിലും കച്ചവടത്തിനായി ഒരു മലയാളിയും വിദേശത്ത് പോയതായി രേഖകളില്ല. കച്ചവടത്തിനപ്പുറം കേരളത്തിലെ പ്രകൃതി വിഭവങ്ങളെ ചൂഷണം ചെയ്യുക എന്നതായിരുന്നു ഇവരുടെ ലക്ഷ്യം. കേരളത്തിലെ കുരുമുളകിലായിരുന്നു ഇവരുടെ പ്രധാന നോട്ടം. സിലോണും ഇത്തരം ഒരു ചൂഷണത്തിന് ഇരയായ രാജ്യമാണ്. 'സിനമൺ' എന്ന് വിളിക്കുന്ന ഇലവർഗ്ഗങ്ങൾ ധാരാളമായി ഉള്ളതിനാലാണ് സ്പാനിഷുകാർ ഈ രാജ്യത്തെ സിലോൺ എന്ന് വിളിച്ചത്.

കടവുകളുടെ വളർച്ച ശ്രദ്ധയിൽപെട്ട ശക്തൻ തമ്പുരാൻ അവിടത്തെ കച്ചവടക്കാരുടെ സംരംഭക മികവിനെ മനസ്സിലാക്കുകും അവരെ തൃശൂരിൽവന്ന് കച്ചവടം ചെയ്യാൻ പ്രേരിപ്പിക്കുകയും ചെയ്തു. അവർക്ക് താമസിക്കുന്നതിനും കച്ചവടം ചെയ്യുന്നതിനുമുള്ള സൗകര്യവും അദ്ദേഹം ചെയ്ത് കൊടുത്തു. ഇതോടൊപ്പം ചരക്കുഗതാഗതത്തിൽ വന്നുകൊണ്ടിരിക്കുന്ന മാറ്റവും കച്ചവടം തൃശൂരിൽ പച്ചപിടിക്കുന്നതിന് ഇടയാക്കി.

മലയാളിയുടെ കച്ചവട വിമുഖതയ്ക്കുള്ള പ്രധാന കാരണം അവരുടെ സാമ്പത്തിക പരാധീനതകൾ തന്നെയായിരുന്നു. കേരളത്തിലെ സമ്പത്തും അധികാരവും അമ്പലങ്ങളെ ചുറ്റിപ്പറ്റിയാണ് നിന്നിരുന്നത്. (തൃശൂരിന്റെ സമ്പത്തും അധികാരവും - പ്രൊഫസർ ടി.ആർ. വേണുഗോപാലൻ) കൃഷിഭൂമി പാട്ടത്തിനു കൊടുത്ത് അലസ ജീവിതം നയിക്കുകയുമായിരുന്നു.

ഈ സാഹചര്യത്തിലാണ് കൃഷിഭൂമിയോ തൊഴിലോ ഇല്ലാത്തവർ പ്രത്യേകിച്ച് ഹിന്ദുക്കളല്ലാത്ത അന്യമതസ്ഥർ, കച്ചവടം എന്ന ആശയത്തിലേക്ക് പടിപടിയായി എത്തപ്പെട്ടത്. തമിഴ്നാട്ടിലെ വാണിക്കുകളിൽ നിന്നോ യെമനിൽനിന്നും ഒളിച്ചോടിവന്ന ജൂതന്മാരിൽനിന്നോ ആയിരിക്കാം കച്ചവടത്തിന്റെ രസതന്ത്രം ഇവർ പഠിച്ചിട്ടുണ്ടാവുക.

കേരളത്തിലെ കച്ചവടക്കാർ ശക്തരല്ലാത്തതുകൊണ്ടായിരിക്കാം കേരളത്തിലെ ഭരണാധികാരികൾ മറ്റു ദേശങ്ങളിൽനിന്നും കച്ചവടക്കാരെ ഇവിടേക്ക് കൊണ്ടുവന്നത്. സാമൂതിരി, ഗുജറാത്തിൽനിന്നും കൊണ്ടുവന്ന ഗുജറാത്തികളെ താമസിപ്പിച്ചിരുന്ന തെരുവാണ് കോഴിക്കോട്ടെ മിഠായിത്തെരുവായി പിന്നീട് പ്രശസ്തമായത്. ഇവർ ഈ തെരുവിൽ താമസിക്കുകയും മധുരപലഹാരങ്ങൾ ഉണ്ടാക്കി

വിൽക്കുകയും ചെയ്തിരുന്നു. പാശ്ചാത്യർ ഈ തെരുവിനെ 'സ്വീറ്റ് മീറ്റ് സ്ട്രീറ്റ്' (Sweat Meat Streat) എന്നാണ് വിളിച്ചിരുന്നത്. ഇതാണ് പിന്നീട് മിഠായിത്തെരുവായത്. ആലപ്പുഴയിലെ ഗുജറാത്തി സ്ട്രീറ്റും ഇങ്ങനെ രൂപപ്പെട്ട ഒന്നാണ്. അവിടത്തെ ദിവാനാണ് ഗുജറാത്തികളെ ആലപ്പുഴയിലേക്ക് കൊണ്ടുവന്നത്. കൊച്ചിയിലെ രാജാവ് ഷിങ്കിലിയിലെ കച്ചവടപ്രമാണിമാരെ എതിരേറ്റ് കൊട്ടാരത്തിനടുത്തായി പുതിയൊരു അങ്ങാടിക്കായി സൗകര്യം ചെയ്ത് കൊടുത്തതായി പറയുന്നുണ്ട്. ഇതിൽനിന്നെല്ലാം വ്യക്തമാകുന്നത് 'വൈശ്യർ' ഇല്ലാതിരുന്ന കേരളം. ആദ്യകാലത്ത് കച്ചവടത്തിനായി അന്യദേശക്കാരെ ആശ്രയിച്ചിരുന്നുവെന്ന് തന്നെയാണ്.

ഭരണാധികാരികൾക്ക് കച്ചവടത്തിന്റെ പ്രാധാന്യം നല്ലവണ്ണം അറിയാമായിരുന്നു. സമ്പത്തും അധികാരവും തങ്ങളെക്കാൾ ക്ഷേത്രങ്ങൾക്കാണെന്ന സത്യവും ഇവർ മനസ്സിലാക്കിയിട്ടുണ്ടായിരുന്നു. ഇതിന്റെ വെളിച്ചത്തിലാണ് ഒരു പുതിയ കച്ചവടസമൂഹത്തെ വളർത്തിയെടുക്കാനായി ഭരണാധികാരികൾ ശ്രമിച്ചത്. ശക്തൻ തമ്പുരാൻ നസ്രാണികളെ തൃശൂരിലേക്ക് വിളിച്ചുകൊണ്ടുവന്ന് കച്ചവടകേന്ദ്രം തുടങ്ങാൻ പറഞ്ഞതും ഇതിന്റെ വെളിച്ചത്തിലായിരിക്കാം.

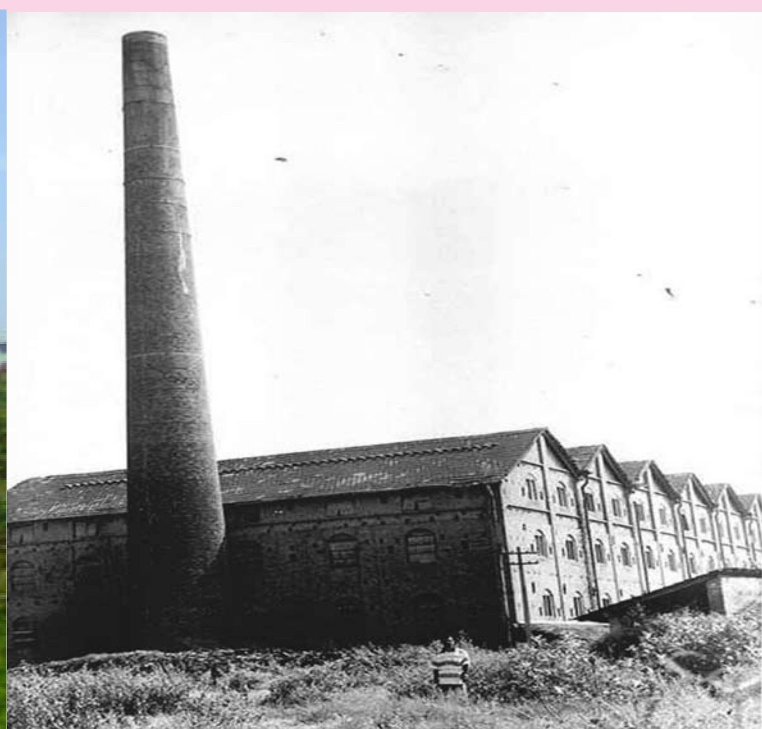
> കടവുകൾ കേന്ദ്രീകരിച്ച് തദ്ദേശ കച്ചവടക്കാർ പാണ്ടികശാലകൾ നിർമ്മിക്കാൻ തുടങ്ങിയതോടെ ഇവ കച്ചവടകേന്ദ്രങ്ങളായി മാറി. കച്ചവടസമൂഹം ഇവിടെ വേരുകളാഴ്ത്തി പടർന്നു പന്തലിക്കാൻ തുടങ്ങി. പണക്കിലുക്കം അവരുടെ കാതുകൾക്ക് ആനന്ദം നൽകി. അവരുടെ സ്വപ്നങ്ങൾക്ക് ചിറകുകൾ മുളച്ചു.

ജൂതന്മാരിൽനിന്നും ചെട്ട്യാന്മാരിൽനിന്നും ഗുജറാത്തികളിൽനിന്നും കണ്ടും കേട്ടും മനസ്സിലാക്കിയ കച്ചവടതന്ത്രങ്ങൾ പിന്നീട് മലയാളികളും പയറ്റാൻ തുടങ്ങി. അതിന്റെ രൂപത്തിലും ഭാവത്തിലും തനതായ മാറ്റങ്ങൾ വരുത്തി അവർ അതിനെ പരിഷ്ക്കരിച്ചു. കണ്ടമാനം പഠിക്കുന്നത് കച്ചവടത്തിന് കേടാണെന്നാണ് ആദ്യകാലങ്ങളിൽ ഇവർ വിശ്വസിച്ചിരുന്നത്. ഒരു പാട് പഠിച്ച് നല്ല വിചാരങ്ങൾ ഉള്ളിൽ കുടിയേറിയാൽ കച്ചവടത്തിലെ കന്നംതിരിവുകളോട് ഒത്തുപോകാൻ കഴിയില്ല. ഇത്തിരി വളവുകളൊക്കെ ശീലിച്ചാലേ മുന്നോട്ട് പോകാൻ പറ്റൂ. ഇവർ ചെറുപ്പത്തിലെ കുട്ടികളെ കടയിലേക്കയച്ചു. ഗുജറാത്തികളും ചെട്ട്യാന്മാരും ചെയ്തിരുന്ന കച്ചവടം തങ്ങളുടെ വരുതിയിലാക്കി. ഈ വിശ്വാസത്തിൽനിന്ന് നമ്മുടെ കച്ചവടസമൂഹം ഇനിയും മോചിതരായിട്ടില്ല. അതുകൊണ്ടാണ് ആധുനിക മാനേജ്മെന്റ് തന്ത്രങ്ങൾക്കു മുമ്പിൽ പലരും പരാജയപ്പെട്ടുപോകുന്നത്.

1341-ൽ മുസിരീസ് തുറമുഖത്തിന് വലിയ മാറ്റം വന്നതോടെ കൊച്ചിയിൽ പുതിയ കപ്പൽശാലയ്ക്കുള്ള സാധ്യത വർദ്ധിച്ചു. കൊച്ചി തുറമുഖം പുതുക്കിപ്പണിതതോടെ ഇവിടം, ചരക്കുഗതാഗതത്തിന്റെ പ്രധാന കേന്ദ്രമായി. പുഴകളിലൂടേയും തോടുകളിലൂടേയും വഞ്ചികളിൽ കൊച്ചിയിലേക്ക് ചരക്ക് ഒഴുകിയെത്താൻ തുടങ്ങി. പുഴയിലെ കടവുകൾ ചരക്കുകടത്തിന്റെ കേന്ദ്രങ്ങളായി. അവയ്ക്കു ചുറ്റും പാണ്ടികശാലകൾ ഉയർന്നു. തൃശൂർ ജില്ലയിലെ ചാവക്കാടും കണ്ടശ്ശാങ്കടവും അരണാട്ടുകരയും കോട്ടപ്പുറവും കാട്ടൂരും പ്രധാന കച്ചവടകേന്ദ്രങ്ങളായി. 1859-ൽ 'ജെയിംസ് ഡേറ' എന്ന അമേരിക്കക്കാരൻ ആലപ്പുഴയിൽ ആദ്യത്തെ കയർ ഫാക്ടറി തുടങ്ങി. ഇതിനു പിന്നാലെ ധാരാളം ഫാക്ടറികൾ അവിടെ വരാൻ തുടങ്ങി.

തൃശൂരിന്റെ തീരമേഖലയായ കൊടുങ്ങല്ലൂർ മുതൽ ചാവക്കാടുവരെയുള്ള സ്ഥലങ്ങളിൽ വൻതോതിൽ ചകിരി സംസ്കരിച്ച് നാരാക്കി വഞ്ചിമാർഗ്ഗം ആലപ്പുഴയിലേക്ക് അയക്കാൻ തുടങ്ങി. നാളികേരത്തെ മാത്രം ആശ്രയിച്ച് ജീവിച്ചിരുന്ന തീരമേഖലക്ക് ഇത് മറ്റൊരു വരുമാന മാർഗ്ഗമായി. കനോലി കനാലിനു പുറമെ, ധാരാളം ചെറിയ കനാലുകളും തോടുകളും നിർമ്മിക്കപ്പെട്ടു. ഒരു കാലത്ത് അരണാ





ട്ടുകരയിൽനിന്ന് കൊട്ടേക്കാടുവരെ ജലപാതയുണ്ടായിരുന്നു.

കടവുകൾ കേന്ദ്രീകരിച്ച് തദ്ദേശക്കച്ചവടക്കാർ പാണ്ടികശാലകൾ നിർമ്മിക്കാൻ തുടങ്ങിയതോടെ ഇവ കച്ചവടകേന്ദ്രങ്ങളായി മാറി. കച്ചവടസമൂഹം ഇവിടെ വേരുകളാഴ്ത്തി പടർന്നു പന്തലിക്കാൻ തുടങ്ങി. പണക്കിലുക്കം അവരുടെ കാതുകൾക്ക് ആനന്ദം നൽകി. അവരുടെ സ്വപ്നങ്ങൾക്ക് ചിറകുകൾ മുളച്ചു.

എന്നാൽ, കാലം മാറുകയും ജല ഗതാഗതത്തിനു പകരം റോഡുമാർഗ്ഗം ചരക്കുനീക്കം ആരംഭിക്കുകയും ചെയ്തതോടെ പടവുകൾ കേന്ദ്രീകരിച്ചുള്ള ചരക്കുനീക്കത്തിന് മാന്ദ്യം സംഭവിച്ചു. ചരക്കു ഗതാഗതത്തിന്റെ ദിശ മാറിയതോടെ കുന്ദംകുളം, തൃശൂർ, ചാലക്കുടി തുടങ്ങിയ സ്ഥലങ്ങൾ പുതിയ കച്ചവടകേന്ദ്രങ്ങളായി മാറി.

കടവുകളുടെ വളർച്ച ശ്രദ്ധയിൽപെട്ട ശക്തൻ തമ്പുരാൻ അവിടത്തെ കച്ചവടക്കാരുടെ സംരംഭകമികവിനെ മനസ്സിലാക്കുകും അവരെ തൃശൂരിൽ വന്ന് കച്ചവടം ചെയ്യാൻ പ്രേരിപ്പിക്കുകയും ചെയ്തു. അവർക്ക് താമസിക്കുന്നതിനും കച്ചവടം ചെയ്യുന്നതിനുമുള്ള സൗകര്യവും അദ്ദേഹം ചെയ്ത് കൊടുത്തു. ഇതോടൊപ്പം ചരക്കുഗതാഗതത്തിൽ വന്നുകൊണ്ടിരിക്കുന്ന മാറ്റവും കച്ചവടം തൃശൂരിൽ പച്ചപിടിക്കുന്നതിന് ഇടയാക്കി. 1900-ൽ തീവണ്ടി കൊച്ചിവരെ എത്തിയത് ഇതിന്റെ വേഗവും രൂപവും മാറ്റി. അത് കൂകിപ്പായാൻ തുടങ്ങി.

തൃശൂർക്കാരെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം വ്യവസായവും വ്യാപാരവും 'കച്ചോടം' എന്ന ഒറ്റവാക്കാണ്. അംഗസംഖ്യയിൽ വ്യാപാരികളാണ് മുന്നിലെങ്കിലും സമ്പത്തിന്റേയും തൊഴിലിന്റേയും കണക്കെടുത്താൽ വ്യാപാരത്തേക്കാൾ എത്രയോ ഉയരത്തിലായിരുന്നു ഇവിടത്തെ വ്യവസായം നിന്നിരുന്നത്.

തൃശൂരിലെ പ്രധാന വ്യവസായം മേച്ചിൽ ഓട് നിർമ്മാണം തന്നെയായിരുന്നു. 1878-ൽ ജർമ്മൻ മിഷനറിമാരാണ് കാലിക്കറ്റിൽ ആദ്യമായി ടൈൽ ഫാക്ടറി തുടങ്ങിയത്. എന്നാൽ വ്യവസായം പച്ചപിടിച്ചത് തൃശൂർ ജില്ലയിലെ ഒല്ലൂർ, ആമ്പല്ലൂർ, പുതുക്കാട്, വിയ്യൂർ എന്നീ മേഖലകളിലായിരുന്നു. ഓടുനിർമ്മാണത്തിനാവശ്യമായ കളിമണ്ണിന്റെ ഗുണമേന്മയാണ് ഇതിനു കാരണമായി ആദ്യകാലങ്ങളിൽ പറഞ്ഞിരുന്നത്. എന്നാൽ ഇവിടത്തെ മണ്ണ് ശാസ്ത്രീയമായി പരിശോധിച്ചപ്പോൾ ഇത്തരം മണ്ണ് കേരളത്തിൽ പല സ്ഥലങ്ങളിലും ലഭ്യമാണെന്ന് തെളിഞ്ഞു.

എന്നാൽ മറ്റ് സ്ഥലങ്ങളിൽനിന്നും വ്യത്യസ്തമായി തൃശൂരിൽ വളർന്ന് വികസിച്ചത് സ്റ്റീൽ കാസ്റ്റിങ്ങ് വ്യവസായങ്ങളാണ്. ആ വ്യവസായത്തിനാവശ്യമായ യന്ത്രങ്ങൾ നിർമ്മിക്കുന്നതിലും അവയുടെ കേടുപാടുകൾ തീർക്കുന്നതിലും കാണിച്ച ത് അസാമാന്യ കരവിരുതാണ്. ഓടുവ്യവസായത്തിന്റെ വളർച്ചക്ക് ഈ വ്യവസായങ്ങൾ വലിയ പിന്തുണയാണ് നൽകിയത്.

പഴയ യന്ത്രങ്ങൾ വാങ്ങിയശേഷം അവയുടെ രൂപരേഖയുണ്ടാക്കി അതുപോലെതന്നെ യന്ത്രങ്ങൾ കാസ്റ്റ് ചെയ്തെടുക്കുവാൻ ജോൺ ആന്റ് സൺസ്, ആലപ്പാട് ഇൻഡസ്ട്രി തുടങ്ങിയ സ്ഥാപനങ്ങൾ കാണിച്ച കരവിരുത് സംരംഭകത്വത്തിന്റെ ഉരക്കല്ലായി. ഇവരെ പിന്തുടർന്ന് ധാരാളം കാസ്റ്റിങ്ങ് യൂണിറ്റുകൾ ഇവിടെ ഉയർന്നുവന്നു. ഒരു കാലത്ത് കോയമ്പത്തൂരിലെ വ്യവസായങ്ങൾ കാസ്റ്റിങ്ങിനായി തൃശൂരിനെയാണ് ആശ്രയിച്ചിരുന്നത്. കൊച്ചിൻ മാലബിൾസ് എന്ന സ്ഥാപനമാണ് പി.ആർ. ആന്റണി എന്ന ഫുട്ബോൾ കളിക്കാരനെ വളർത്തിയെടുത്തത്.

തുണി മില്ലുകളായിരുന്നു ഇവിടുത്തെ വമ്പൻ വ്യവസായങ്ങൾ. സീതാറാം മിൽ, വനജ ടെക്സ്റ്റൈൽസ്, അളഗപ്പ ടെക്സ്റ്റൈൽസ് തുടങ്ങിയ മില്ലുകളിലായി പതിനായിരത്തോളം നെയ്ത്ത് തൊഴിലാളികളാണ് ജോലി ചെയ്തിരുന്നത്. സീതാറാം മില്ലിന്റെ പ്രതാപകാലത്ത് മൂവ്വായിരത്തോളം തൊഴിലാളികളാണ് അവിടെ ഉണ്ടായിരുന്നത്. തൃശൂർ പട്ടണത്തിലേക്ക് വേണ്ടതായ വൈദ്യുതി സീതാറാം മില്ലിൽ നിന്നാണ് നൽകിയിരുന്നത്. ഒരു ദേശത്തിന്റെ തുടിപ്പുകൾ മുഴുവൻ ഏറ്റുവാങ്ങിയ വ്യവസായങ്ങളായിരുന്നു അവ.

ആമ്പലുകൾ നിറഞ്ഞ ഒരു ദേശം. അതിന്റെ തനിമ നിറഞ്ഞ (ആമ്പല്ലൂർ) എന്ന പേര് മാറ്റി 'അളഗപ്പനഗർ' എന്ന പേര് സ്വീകരിച്ചതിനു കാരണം ആ വ്യവസായം ദേശക്കാരുടെ ജീവിതത്തിൽ ഉണ്ടാക്കിയ സ്വാധീനം തന്നെയായിരിക്കണം.

തൃശൂരിലെ ശ്രദ്ധേയമായ ഒരു വ്യവസായമായിരുന്നു ടയർ മോൾഡിങ്ങ്. അസാമാന്യമായ കരവിരുതോടെ ഇവിടെ നിർമ്മിച്ചിരുന്ന മോൾഡുകൾ ഇന്ത്യയിൽ മുഴുവൻ വിറ്റഴിക്കപ്പെട്ടിരുന്നു. ഇവ അന്വേഷിച്ച് കൽക്കത്തയിൽ നിന്നുപോലും വ്യവസായികൾ ഇവിടെ വരാറുണ്ടായിരുന്നു.

ഒല്ലൂർ ഗേറ്റിനു സമീപം ഇംഗ്ലീഷുകാർ നേരിട്ടു നടത്തിയ 'മാർസ് വിക്ടറി' സോമില്ലാണ് പായ്ക്കിങ്ങ് കെയ്സുകൾ നിർമ്മിക്കാൻ തുടങ്ങിയത്. ഇതിന്റെ സൂത്രവിദ്യ പഠിച്ച നാട്ടുകാർ ഒല്ലൂരിൽ ഇത്തരം ധാരാളം

ആദ്യകാലങ്ങളിൽ തൃശൂരിലെ കച്ചവടക്കാരേക്കാൾ പ്രശസ്തിയും പ്രസക്തിയും തൃശൂരിന് നേടിക്കൊടുത്തത് ഇവിടുത്തെ വ്യവസായങ്ങളായിരുന്നു. ഇവർ വളർത്തി കൊണ്ടുവന്ന ബ്രാന്റുകളും അവയുടെ പരസ്യങ്ങളും തൃശൂരിന്റ യശസ്സ് വർദ്ധിപ്പിച്ചു.

ഫാക്ടറികൾ തുടങ്ങി. വില കുറഞ്ഞ പാഴ്മരം അന്ന് ധാരാളം ലഭിച്ചിരുന്നു.

കേരളത്തിലെ വ്യവസായ നഗരമായ കളമശ്ശേരി കഴിഞ്ഞാൽ ഏറ്റവും കൂടുതൽ വ്യവസായ ഉൽപ്പന്നം കയറ്റിപ്പോയിരുന്ന റെയിൽവേ സ്റ്റേഷൻ ഒല്ലൂരായിരുന്നു.

കൈതച്ചക്ക സംസ്ക്കരിച്ച് ടിന്നുകളിൽ നിറക്കുന്ന സാങ്കേതികവിദ്യ കൈവശമുള്ള രണ്ട് ഫാക്ടറികൾ തൃശൂരിൽ ഉണ്ടായിരുന്നു. അതിൽ 'കെയ്കോ' മാത്രമെ ഇപ്പോൾ നിലനിൽക്കുന്നുള്ളൂ. 1960-ൽ ആരംഭിക്കുകയും പതിനായിരക്കണക്കിന് ആളുകൾക്ക് തൊഴിൽ നൽകുകയും 1990കളിൽ ചരമമടയുകയും ചെയ്ത വ്യവസായമാണ് 'വൈരക്കൽ വ്യവസായം'. 'ചൊക്കപ്പെറുക്കൽ'എന്ന മോഷണമാണ് വ്യവസായത്തെ ഇവിടെനിന്നും തുടച്ചുനീക്കിയത്.

ആദ്യകാലങ്ങളിൽ തൃശൂരിലെ കച്ചവടക്കാരേക്കാൾ പ്രശസ്തിയും പ്രസക്തിയും തൃശൂരിന് നേടിക്കൊടുത്തത് ഇവിടുത്തെ വ്യവസായങ്ങളായിരുന്നു ഇവർ വളർത്തികൊണ്ടുവന്ന ബ്രാന്റുകളും അവയുടെ പരസ്യങ്ങളും തൃശൂരിന്റെ യശസ്സ് വർദ്ധിപ്പിച്ചു. അയ്യർ കമ്പനിയുടെ 'കമലവിലാസ് കൺമഷിയും വാസന ചുണ്ണാമ്പും' കഴിഞ്ഞ കാലത്തെ ശ്രദ്ധേയമായ ബ്രാന്റായിരുന്നു. കമലവിലാസ് വാസന ചുണ്ണാമ്പ് കൂട്ടി ഒന്നു മുറുക്കാത്തവർ അന്ന് കേരളത്തിൽ വിരളമായിരിരുന്നു. ശ്രദ്ധേയമായ മറ്റൊരു ബ്രാന്റായിരുന്നു കാജാ ബീഡി'. 'കാജാ

ബീഡി ഒരു ബീഡി, കത്തിച്ചപ്പോൾ അര ബീഡി' എന്ന വരികൾ കുട്ടികളുടെ ചുണ്ടുകളിൽ നിന്ന് മുഴങ്ങി കേൾക്കാറുണ്ട്. ചന്ദ്രിക സോപ്പിനെക്കുറിച്ച് ഒ.വി. വിജയന്റെ കഥയിൽപോലും പരാമർശിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഇന്ന് 'ഉജാല', 'ഡബിൾ ഹോഴ്സ്', സ്റ്റാർ പൈപ്സ്', 'ഹൈക്കൺ' തുടങ്ങിയ ധാരാളം വ്യവസായ ബ്രാന്റുകൾ ഇവിടെ ഉണ്ടെങ്കിലും കല്യാൺ ജ്വല്ലറി, കല്യാൺ സിൽക്ക്സ്, ജോസ്ക്കോ, ആലുക്കാസ് തുടങ്ങിയ ബ്രാന്റുകളാണ് തൃശൂരിന്റെ പ്രശസ്തി ഏറെ വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നത്. തൃശൂരിലെ ആദ്യകാല പത്രമായ 'ഗോമതി' അന്നത്തെ ബ്രാന്റുകളുടെ സൽപ്പേര് മറ്റ് ദേശങ്ങളിലേക്ക് എത്തിക്കുന്നതിൽ വലിയ പങ്ക് വഹിച്ചു.

കേരളത്തിലെ മറ്റ് ജില്ലകളെ താരതമ്യം ചെയ്യുമ്പോൾ തൃശൂരിലെ ബിസിനസ്സ് മേഖല ശക്തമായിരുന്നുവെങ്കിലും അതിന്റെ വളർച്ച കൃഷിയിൽനിന്ന് കച്ചവടത്തിലേക്കും കച്ചവടത്തിൽനിന്നും വ്യവസായത്തിലേക്കും ക്ലാസിക് രീതിയിലായിരുന്നില്ല. അത് അവിടവിടെ ഒറ്റക്കും തെറ്റക്കും പൊട്ടിമുളച്ച സംരംഭപ്രതിഭകളുടെ സംഭാവനയായിരുന്നു.

1800-ൽ കച്ചവടക്കാർക്ക് പണം കണ്ടെത്താനായി ശക്തൻ തമ്പുരാൻ ഇവരെ വിളിച്ചുകൂട്ടി ഉണ്ടാക്കിയ ഏർപ്പാടാണ് കുറിക്കമ്പനികളായി വളർന്ന് വികസിച്ചത് എന്നാണ് കരുതുന്നത്. ഇവയിൽ പലതും പള്ളികളെ കേന്ദ്രീകരിച്ചാണ് പ്രവർത്തിച്ചിരുന്നത്. അതിനാൽ ഇവയെ 'പള്ളിക്കുറി' എന്നും വിളിച്ചു പോന്നിരുന്നു. തൃശൂർക്കാർക്ക് പണ്ടവും പണവും കൈകാര്യം ചെയ്യുവാനുള്ള അസാമാന്യ പാടവം ഉണ്ടായത് കുറിക്കമ്പനികളിൽനിന്നാണ്. കച്ചവടം, വ്യവസായം എന്നീ മേഖലകൾക്കു പുറമെ സേവന മേഖലയിലും പ്രവർത്തിക്കാൻ ഇവിടുത്തുകാർക്ക് അവസരം ലഭിച്ചു. ഇന്ത്യയുടെ ജി.ഡി.പി. യുടെ മുഖ്യപങ്ക് ഇന്ന് സേവന മേഖലക്കാണ്.

കുറിക്കമ്പനികളിൽ ധനം കുന്നുകൂടാൻ തുടങ്ങിയതോടെ ഈ സ്ഥാപനങ്ങൾ പണമിടപാടിന്റെ ഉയർന്ന രൂപമായ ബാങ്കിങ്ങ് മേഖലയിലേക്ക്കൂടി പ്രവേശിച്ചു. 1918-ൽ കാൾഡിയൻ സിറിയൻ ബാങ്ക് രജിസ്റ്റർ ചെയ്തു. തുടർന്ന് 1920-ൽ കാത്തലിക് സിറിയൻ ബാങ്കും 1927-ൽ ധനലക്ഷ്മി ബാങ്കും, സൗത്ത് ഇന്ത്യൻ ബാങ്കും തൃശൂർ പട്ടണത്തെ കേന്ദ്രീകരിച്ച് പ്രവർത്തിക്കാൻ തുടങ്ങി.

കുറിക്കമ്പനികളിൽ ധനം കുന്നുകൂടാൻ തുടങ്ങിയതോടെ ഈ സ്ഥാപനങ്ങൾ പണമിടപാടിന്റെ ഉയർന്ന രൂപമായ ബാങ്കിങ്ങ് മേഖലയിലേക്ക്കൂടി പ്രവേശിച്ചു. 1918-ൽ കാൾഡിയൻ സിറിയൻ ബാങ്ക് രജിസ്റ്റർ ചെയ്തു. തുടർന്ന് 1920-ൽ കാത്തലിക് സിറിയൻ ബാങ്കും 1927-ൽ ധനലക്ഷ്മി ബാങ്കും, സൗത്ത് ഇന്ത്യൻ ബാങ്കും തൃശൂർ പട്ടണത്തെ കേന്ദ്രീകരിച്ച് പ്രവർത്തിക്കാൻ തുടങ്ങി. ഇന്ത്യക്ക് സ്വാതന്ത്ര്യം ലഭിക്കുമ്പോൾ തൃശൂരിൽ 110 ബാങ്കുകൾ ഉണ്ടായിരുന്നതായി കണക്കാക്കുന്നു. കൽക്കട്ട കഴിഞ്ഞാൽ ഇന്ത്യയിൽ ഏറ്റവും കൂടുതൽ ബാങ്കുകൾ ഉണ്ടായിരുന്നത് തൃശൂരിലായിരുന്നു. പിന്നീട് ബോംബെ ഒന്നാം സ്ഥാനം നേടിയപ്പോഴും തൃശൂർ രണ്ടാം സ്ഥാനം നിലനിർത്തി. തൃശൂരിന്റെ ഈ ചരിത്രപ്രാധാന്യമാണ് 'ഇസാഫ് ബാങ്ക്' ഇവിടെ വരാനും കാരണമായി പ്രവർത്തിച്ചിട്ടുണ്ടാവുക.

കുറികമ്പനികളും ബാങ്കുകളും തൃശൂരിലെ കച്ചവടത്തിന്റെ എന്നത്തേയും സാമ്പത്തികസ്രോതസ്സായിരുന്നു. ഈ ധനസ്ഥിതിയാണ് ധാരാളം പണം ആവശ്യമുള്ള സ്വർണ്ണക്കച്ചവടം ഇവിടെ പടർന്നുപന്തലിക്കുന്നതിനുള്ള ഊർജ്ജം നൽകിയത്. സ്വർണ്ണാഭരണ നിർമ്മാണത്തിന് പണ്ട് തട്ടാന്മാർക്ക് മാത്രമേ അവകാശമുണ്ടായിരുന്നുള്ളുവെങ്കിലും സ്വർണ്ണക്കച്ചവടം പ്രധാനമായും നടത്തിയിരുന്നത് ക്രിസ്ത്യാനികളായിരുന്നു. കുടുംബപ്പേരിന്റെ പശ്ചാത്തലത്തിലായിരുന്നു കച്ചവടം പൊടിപൊടിച്ചത്.

തൃശൂരിലേക്കുവേണ്ട സ്വർണ്ണം (പവൻ) ഇവിടെ എത്തിച്ചിരുന്നത് 'അമൂർചന്ദ്' എന്ന ഗുറാത്തിയായിരുന്നു. ഇതിനെ ആഭരണമാക്കി വാങ്ങിക്കുകയായിരുന്നു നമ്മൾ ചെയ്തിരുന്നത്. എന്നാൽ പതിയെ മദ്രാസിൽനിന്നും പവൻ നേരിട്ടു കൊണ്ടുവന്ന് ആഭരണമാക്കി കച്ചവടം ചെയ്യാൻ തുടങ്ങി. കുറികമ്പനികളും ബാങ്കുകളും കയ്യയച്ച് സഹായിച്ചതാണ് തൃശൂരിനെ സ്വണ്ണക്കച്ചവടത്തിന്റെ കേന്ദ്രമാക്കി മാറ്റിയത്.

കേരളത്തിലെ ഭൂപരിഷ്ക്കരണ നിയമങ്ങൾ ഇവിടെ അന്നുവരെ നിലനിന്നിരുന്ന സാമ്പത്തിക വ്യവസ്ഥയെ തകിടം മറിച്ചു. പഴയ പാട്ടഭൂമിക്ക് പട്ടയം ലഭിച്ചതോടെ പലരും കൃഷിഭൂമി വിറ്റ് കച്ചടത്തിലേക്ക് കടന്നു. എൺപതുകളിൽ ഗൾഫിൽനിന്നും ധാരാളം പണം ഇവിടേക്ക് ഒഴുകി എത്തിയത് കച്ചവടമേഖലയിൽ ഗുണപരമായ മാറ്റങ്ങൾ വരുത്തി. ഭൂമി ഒരു കച്ചവടച്ചരക്കായി മാറി. ഭൂമി കച്ചവടത്തിലൂടെ പലരും കോടികൾ കൊയ്തു. ഫ്ളാറ്റുകൾകൊണ്ട് നഗരം നിറഞ്ഞു. ഷോപ്പിങ്ങ് മാളുകൾ കച്ചവടത്തോടൊപ്പം ഉത്സാഹകേന്ദ്രമായി മാറി. കാലം പിന്നേയും മാറുകയാണ്. ഇന്നത്തെ ട്രന്റ് ഓൺലൈൻ കച്ചവടമാണ്. ഇത് ഇവിടുത്തെ കച്ചവടത്തെ എങ്ങിനെ ബാധിക്കും എന്നാണ് എല്ലാവരും ഉറ്റുനോക്കുന്നത്.

ഒരുപാട് നേരുകളും നെറികേടുകളും കൈമാറുന്നതാണ് ചന്ത. അതുകൊണ്ടുതന്നെ കച്ചവടക്കാരന് ഇതെല്ലാം അറിയുന്നതിനുള്ള ഉൾക്കണ്ണ് വേണം. തൃശൂർക്കാർക്ക് അതിനുള്ള കഴിവുണ്ടെന്നാണ് കരുതുന്നത്.

സേതുവിന്റെ 'അലിയ'യിലെ വിരോണി (വെറോണിക്ക)ക്കിന്റെ സ്വപ്നം കൂടി രേഖപ്പെടുത്തി ഈ ലേഖനം അവസാനിപ്പിക്കാം.

''ആരംഭിച്ച കുറികളെല്ലാം വട്ടമെത്തിയിട്ടുവേണം നായർ വീടുകളിലെ പണിയും മറ്റ് കണകുണ ഏർപ്പാടുകളും നിർത്താൻ. എൽസിയെ തൃശൂർ ഭാഗത്തുള്ള ഏതെങ്കിലും വലിയ കുറികുടുംബത്തിലേക്ക് കെട്ടിച്ചയക്കാമെന്ന് വിരോണി വേളാങ്കണ്ണി മാതാവിന് നേരത്തെ വാക്കുകൊടുത്തിട്ടുണ്ട്''.

കാരണം, ലോകത്ത് ആദ്യമായി കുറി കണ്ടുപിടിച്ചത് തൃശൂർ സുറിയാനികളാണ്. ഇവിടെ ലത്തീൻകാർ കുറവാണെങ്കിലും പെണ്ണിനെ നേരിട്ടുകണ്ടാൽ ചില പയ്യൻമാർ മറുകണ്ടം ചാടിയെന്നുവരും. എൽസിക്ക് പൊന്നിന്റെ നിറവും പവറും അല്ലേ? പുത്തൻപള്ളിയിലോ കുറിയച്ചിറ പള്ളിയിലോ പെരുന്നാളുകൂടാൻ പോയാൽ അവൾ സുറിയാനി അല്ലെന്ന് ആരെങ്കിലും പറയുമോ?''

എല്ലാ സുന്ദരികളുടെ സ്വപ്നത്തിലും ഒരുകാലത്ത് ഒരു 'തൃശൂരിലെ കച്ചവടക്കാരൻ' ഉണ്ടായിരുന്നു. ഇന്നോ? ●



ബോബൻ കൊള്ളന്നൂർ
bobankollannur@gmail.com

Model code: 161/2020

Name : **Aranya Thakur**
Height : 5.7
Vital. : 34 26 36
Job Track : Movies, Ad films and Print campaigns for many brands









Model code: 162/2020

Name : **Cici Selina Sunny**
Interest : Modeling & Acting
Job Track : Seeking opportunities













Model code: 163/2020

Name : **Farah Shaikh**
Height : 5.4
Vital. : 34 28 36
Interest : Print Ads/ TV Commercials/Albums & Movies
Job Track : Album songs, Ad films & Print campaigns for many brands







Model code: 164/2020

Name : **Jibin C**
Interest : Modeling and acting
Job Track : Fresh, Seeking opportunity

Model code: 165/2020

Name : **KrishnendhuUnnikrishnan**
Height : 5.3
Vital. : 33 28 34
Interest : Acting and Modeling
Job Track : Ad films & Print campaigns for many brands



ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം EFFECTIVE

ADCOM

മലയാളത്തിലെ ആദ്യത്തെ അഡ്വർട്ടൈസിംഗ് & മാർക്കറ്റിംഗ് മാസിക

Share your photograph on instagram with tag #letssmileadcom & #effectiveadcommagazine Photographs of selected models will be published in modeling page of Effective Adcom.

You can also mail your photographs and contact details to us:

effectiveadcom@gmail.com

Ph: 08593 998705

effectiveadcom effective-adcom

#letssmileadcom









Model code: 166/2020

Name : **Riyas Alanaparamban**
Height : 5.6
Interest : Acting and Modeling
Job Track : Seeking Opportunities



Model code: 167/2020

Name : **Priyanka Khera**
Height : 5.5
Interest : Acting and Modeling
Job Track : Movie, TV Acting, Music Vedios, Ad films & Print campaigns











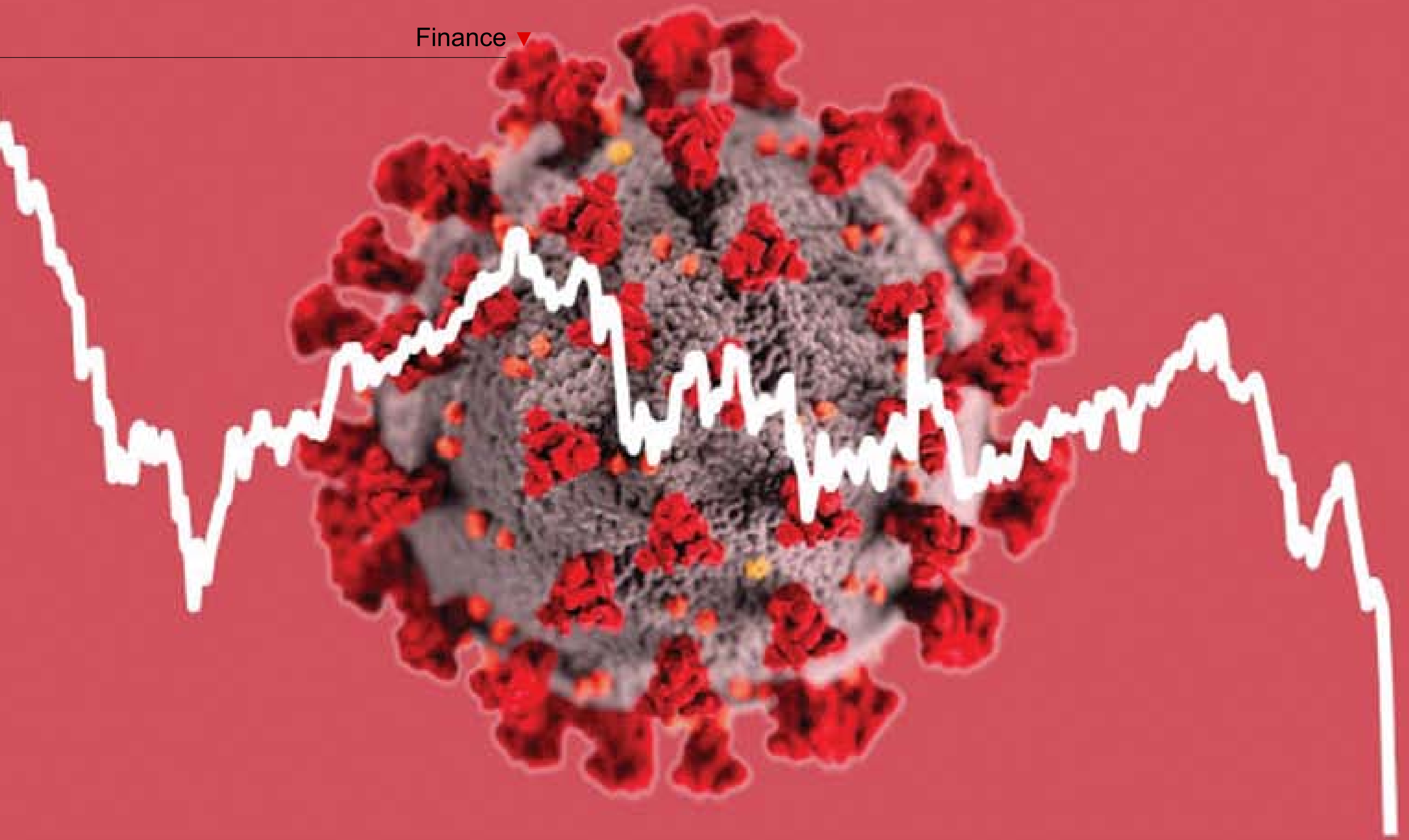
Model code: 168/2020

Name : **Rasmi Krishnan**
Height : 5.4
Vital. : 34 28 36
Interest : Print Ads/ TV Commercials & Movies
Job Track : Dance instructor









VIRUS ATTACK
കോളിളക്കം സൃഷ്ടിച്ച് കോവിഡ് 19

സാമ്പത്തികവും രാഷ്ട്രീയവും സാമൂഹ്യവും സാംസ്കാരികവുമായ ഒട്ടനവധി പ്രശ്നങ്ങളിലൂടെയാണ് ഇന്ത്യയും ലോകവും ഇപ്പോൾ കടന്നു പോകുന്നത്. ലോകം കടുത്ത പ്രതിസന്ധിയാണ് നേരിടുന്നത്. എന്നാൽ പ്രതിസന്ധി അതിന്റെ രൂക്ഷതയിൽ ഇതുവരെ എത്തിയിട്ടില്ല, കൂടുതൽ ദുർഘടമായ നാളുകൾ വരാനിരിക്കുന്നതേയുള്ളു എന്നാണ് കരുതപ്പെടുന്നത്.

കൊറോണയേയും കോവിഡിനേയും പറ്റി ചിന്തിക്കുകയോ പറയുകയോ ചെയ്യാത്ത ഒരാളുപോലും ഇന്ന് ഉണ്ടാകുമെന്നു തോന്നുന്നില്ല. ജീവിതത്തിന്റെ സമസ്ത മേഖലകളേയും ഇത് ഗ്രസിച്ചിരിക്കുന്നു.

നാം അഭിമുഖീകരിക്കാൻ പോകുന്ന കടുത്ത സാമ്പത്തിക പ്രതിസന്ധികളുടെ തുടക്കം മാത്രമാണിത്. ഈ സാഹചര്യത്തിൽ ബിസിനസുകാർ പ്രതിസന്ധിയുടെ ആഴവും വ്യാപ്തിയും തിരിച്ചറിഞ്ഞ് പ്രവർത്തിക്കേണ്ടിയിരിക്കുന്നു.

സാമ്പത്തികവും രാഷ്ട്രീയവും സാമൂഹ്യവും സാംസ്കാരികവുമായ ഒട്ടനവധി പ്രശ്നങ്ങളിലൂടെയാണ് ഇന്ത്യയും ലോകവും ഇപ്പോൾ കടന്നു പോകുന്നത്. ലോകം കടുത്ത പ്രതിസന്ധിയാണ് നേരിടുന്നത്. എന്നാൽ പ്രതിസന്ധി അതിന്റെ രൂക്ഷതയിൽ ഇതുവരെ എത്തിയിട്ടില്ല, കൂടുതൽ ദുർഘടമായ നാളുകൾ വരാനിരിക്കുന്നതേയുള്ളു എന്നാണ് കരുതപ്പെടുന്നത്. ജൂലൈ, ഓഗസ്റ്റ്, സെപ്റ്റംബർ മാസത്തോടെ സ്ഥിതിഗതികൾ കൂടുതൽ രൂക്ഷമാകാം. പല സംരംഭങ്ങളും, പ്രത്യേകിച്ച് ദുർബലമായ സ്ഥാപനങ്ങൾ ഇല്ലാതാകുന്ന കാഴ്ച നാം കാണേണ്ടി വരും. ധാരാളം പേർക്ക് തൊഴിൽ നഷ്ടപ്പെടും. ബാങ്കുകൾക്ക് കിട്ടാക്കടം കൂടും. ലോക്ഡൗൺ തുടങ്ങി ആദ്യത്തെ രണ്ടുമാസക്കാലം എല്ലാവരും ഒരു ഞെട്ടലിലായിരുന്നു. ആർക്കും എന്താണ് ചെയ്യേണ്ടത് എന്നറിയാത്ത അവസ്ഥ. എന്നാൽ അതിന് ശേഷമുള്ള കാലയളവിലാണ് യഥാർത്ഥ പ്രശ്നങ്ങൾ തുടങ്ങുന്നത്.



ലോകത്തിലെ പ്രബല രാജ്യങ്ങളിലെല്ലാം ഒരേ സമയം പലവിധത്തിലുള്ള പ്രതിസന്ധികളും വ്യാപാര യുദ്ധങ്ങളും ദീർഘവീക്ഷണമില്ലാത്ത നിലപാടുകളും കൂടി ചേർന്നപ്പോൾ തന്നെ മുൻപെങ്ങുമില്ലാത്ത വിധമുള്ള സാമ്പത്തിക പ്രതിസന്ധി ദൃശ്യമായിരുന്നു. അതിനിടെയാണ് ലോകത്തെ തന്നെ മുൾമുനയിൽ നിർത്തി കോവിഡ് 19 പൊട്ടിപ്പുറപ്പെട്ടിരിക്കുന്നത്. പണ്ടേ ദുർബലമായ ലോക സമ്പദ് വ്യവസ്ഥ ഇതോടെ കൂടുതൽ തകർന്നു. ഇന്ത്യയിലെ സാമ്പത്തിക മാന്ദ്യത്തിന് കാരണം മതിയായ ഡിമാന്റ് ഇല്ലാതായതും ലോകത്തിന്റെ മാനുഫാക്ചറിംഗ് ഹബ്ബായ ചൈനയിലെ പ്രതിസന്ധി ഉൽപ്പാദന മേഖലയെ തകർത്തതുമാണ്. ഒരേ സമയം ഡിമാന്റും സപ്ലൈയും പ്രശ്നത്തിലായിരിക്കുന്നു. ലോകമെമ്പാടുമുള്ള ഈ അവസ്ഥ അവശ്യവസ്തുക്കളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും ദൗർലഭ്യത്തിനിടയാക്കും.

ലോകത്തെയാകെ ഭീതിയിലാഴ്ത്തിയ കൊറോണ കൂടുതൽ വ്യാപകമാകുന്നത് വ്യോമയാന മേഖലയെ സാരമായി ബാധിച്ചിരുന്നു. നേരത്തെ തന്നെ പ്രതിസന്ധിയിലായിരുന്ന വിമാന കമ്പനികൾക്ക് കനത്ത ആഘാതമേകി നിരക്ക് വർധന 48% വർദ്ധിച്ചു. പാചകവാതകം, പെട്രോളിയം എന്നിവയ്ക്കൊപ്പം വിമാന ഇന്ധനത്തിനും എണ്ണ കമ്പനികൾ എല്ലാ മാസവും വില പരിഷ്കരിക്കാറുണ്ട്. ലോക്ഡോൺ ഇളവോടെ പരിമിത യാത്രക്കാരുമായി സർവീസ് പുനരാരംഭിച്ചു തുടങ്ങിയ വ്യോമയാന കമ്പനികൾ ടിക്കറ്റ് നിരക്ക് ഉയർത്താൻ സർക്കാരിനോട് ഉടൻ അനുമതി തേടുമെന്നാണു സൂചന. കോവിഡ് മാനദണ്ഡങ്ങൾ പാലിച്ചുകൊണ്ട് മുപ്പത് ശതമാനം സർവീസുകൾ നടത്താനാണ് വിമാനക്കമ്പനികൾക്ക് വ്യോമയാന മന്ത്രാലയം നിർദേശം നൽകിയിട്ടുള്ളത്. ഇതനുസരിച്ച് കൊച്ചിയിൽ നിന്ന് പ്രതിവാരം 113 സർവീസുകൾ ഉണ്ടാകുമെന്നാണ് വിവരം.

കോവിഡ് പ്രതിരോധത്തിന് സജ്ജമായ ഇലക്ട്രോണിക് പരിശോധനകൾ ഉപയോഗിച്ചുള്ള ചെക്ക്ഇൻ, സുരക്ഷാ പരിശോധന, തിരിച്ചറിയൽ പ്രക്രിയകൾ എന്നിവ നടത്താൻ കൊച്ചി വിമാനത്താവളം തയ്യാറായിട്ടുണ്ട്. ആഭ്യന്തര സർവീസ് നടത്തുന്ന വിമാനങ്ങളിലെ യാത്രക്കാർക്കുള്ള ക്വാറന്റീൻ നിബന്ധനകളിൽ ഇളവു വരുത്തിയിട്ടുണ്ട്. ഇത്തരം നിബന്ധനകൾ സാഹചര്യങ്ങൾക്കനുസരിച്ച് മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കും.

ഇന്ത്യയുടെ വ്യാപാര മേഖലയ്ക്ക് 34.8 കോടി ഡോളറിന്റെ നഷ്ടം ഉണ്ടാകുമെന്ന് യുഎൻ കണക്കാക്കുന്നു. കോവിഡ് മൂലം വ്യാപാര പ്രതിസന്ധി നേരിടുന്ന 15 രാജ്യങ്ങളുടെ പട്ടികയിൽ ഇന്ത്യയുമുണ്ട്. കെമിക്കൽ, ഓട്ടോമൊബീൽ, വൈദ്യുതി, തുകൽ, മെറ്റൽ, ടെക്സ്റ്റൈൽ, തടി മേഖലകളാണ് ഏറെ ബുദ്ധിമുട്ട് നേരിടുന്നത്.

വാണിജ്യം, യാത്ര, വിവിധ ഉൽപാദന മേഖലകൾക്കിടയിലെ ചരക്കു നീക്കം (സപ്ലൈ ചെയിൻ) എന്നിവയൊക്കെ തകരാറിലായി. ചൈന, കൊറിയ, ജപ്പാൻ എന്നിവിടങ്ങളിലെ സപ്ലൈ ചെയിൻ പ്രതിസന്ധി പ്ലാസ്റ്റിക് കളിപ്പാട്ടം മുതൽ ഐഫോൺ വരെയും ഹൈടെക് യന്ത്രങ്ങൾ വരെയുള്ളവയുടെയും നിർമാണത്തെ ബാധിക്കുന്നു. ഈ രാജ്യങ്ങളെ ആശ്രയിക്കാതെ പുതിയ സ്രോതസുകൾ കണ്ടെത്തുന്നത് ഉടനടി നടക്കുന്ന കാര്യമല്ല. ഈ പ്രതിസന്ധിയിൽ ചെറുകിട കമ്പനികൾക്ക് അടിതെറ്റും.

സാമ്പത്തിക പ്രതിസന്ധിയാണെങ്കിലും ഷോപ്പിംഗ് മാളുകളും സിനിമ തിയേറ്ററുകളും കഫേകളുമെല്ലാം പിടിച്ചു നിൽപ്പിന്റെ പാതയിലൂടെ നീങ്ങിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നതിനിടെയാണ് കോവിഡിന്റെ ആക്രമണമുണ്ടായത്. ഇത് റീറ്റെയ്ൽ മേഖലയെ ആകെ പിടിച്ചുലയ്ക്കുന്ന റിപ്പോർട്ടുകളാണ് എവിടെ നിന്നും ലഭ്യമാകുന്നത്. ഇന്ത്യയിലാകമാനം മാളുകളുടെയും റസ്റ്റോറന്റുകളുടെയും ബിസിനസിൽ വൻ ഇടിവാണ് വന്നിരിക്കുന്നത്. മാളുകളിലേക്കുള്ള ആളുകളുടെ സന്ദർശനം കുറഞ്ഞതും സിനിമാ തിയേറ്ററുകൾ അടച്ചതും ഇതിനു പ്രധാന കാരണമായി.

രാജ്യങ്ങളിലെമ്പാടും സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനങ്ങൾ പുനരാരംഭിച്ചു തുടങ്ങിയതോടെ റബർ വില ഏപ്രിൽ അവസാന വാരം മുതൽ മെച്ചപ്പെടാൻ തുടങ്ങിയിട്ടുണ്ട്. എങ്കിലും മാർക്കറ്റിന്റെ വീണ്ടെടുക്കൽ



മന്ദഗതിയിലാണ്. അപകട സാധ്യതാ ഘടകങ്ങൾ ഇപ്പോഴുമുണ്ട്. ഇന്ത്യ, ഇന്തോനേഷ്യ, മലേഷ്യ, മ്യാൻമർ, പപ്പുവ ന്യൂ ഗിനിയ, ഫിലിപ്പിൻസ്, സിംഗപ്പൂർ, ശ്രീലങ്ക, തായ്‌ലൻഡ്, വിയറ്റ്നാം, ബംഗ്ലാദേശ്, കംബോഡിയ, ചൈന, എന്നീ രാജ്യങ്ങൾ ഉൾക്കൊള്ളുന്നതാണ് എ.എൻ.ആർ.പി.സി. പ്രകൃതിദത്ത റബ്ബറിന്റെ ആഗോള ഉൽപാദനത്തിന്റെ 91 ശതമാനവും ഈ 13 രാജ്യങ്ങളിലാണ്. ലോക്ഡൗണുകൾ മാറുന്നതും കോവിഡ് - 19 വാക്സിനിൽ ശുഭാപ്തിവിശ്വാസം വർദ്ധിക്കുന്നതും ക്രൂഡ് ഓയിൽ വില വീണ്ടും ഉയരുന്നതും റബർ മേഖലയെ സംബന്ധിച്ച് അനുകൂല ഘടകങ്ങളാണ്. അമേരിക്കയും ചൈനയും യൂറോപ്പുമാണ് ലോകമാകെയുള്ള റബർ ഉപഭോഗത്തിന്റെ 57 ശതമാനവും നടത്തുന്നത്. മൂന്നിടങ്ങളെയും കോവിഡ് രൂക്ഷമായി ബാധിക്കുകയും ചെയ്തു. ചൈന സാധാരണ സ്ഥിതിയിലേക്കു മടങ്ങിത്തുടങ്ങിയെങ്കിലും മറ്റ് രണ്ടിടങ്ങളിലും കാര്യങ്ങൾ ഇനിയും അത്ര മെച്ചമല്ല. ഉപഭോഗത്തിൽ നാലാം സ്ഥാനമുള്ള ഇന്ത്യയിലും കോവിഡ് രൂക്ഷം. ചൈനയിലെ റബർ വ്യവസായം പ്രവർത്തനസജ്ജമായതുകൊണ്ടു മാത്രം കാര്യമില്ല. അവരുടെ റബർ ഉൽപന്നങ്ങളുടെ നല്ലൊരു ശതമാനവും യൂറോപ്പിലേക്കും അമേരിക്കയിലേക്കുമൊക്കെ കയറ്റുമതി ചെയ്യപ്പെടുകയാണ്. ആ രാജ്യങ്ങളിൽ സ്ഥിതി സാധാരണ ഗതിയിലെത്തിയാലേ ചൈനീസ് റബർ വ്യവസായത്തിന് പൂർണ ഉൽപാദനത്തിലേക്ക് നീങ്ങാനാവൂ.

കേരളത്തിലെ സ്ഥിതിഗതികളും വ്യത്യസ്തമല്ല. കഴിഞ്ഞ കുറെ മാസങ്ങളായി കരകയറാൻ കഷ്ടപ്പെട്ടു കൊണ്ടിരിക്കുന്ന കേരളത്തിലെ വിവിധ മേഖലകൾ കൊറോണ ബാധയേറ്റ് വീണ്ടും തകർന്നു കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. ജനങ്ങൾ ധാരാളമായി വരാനിടയുള്ള സ്ഥലങ്ങളിൽ അതീവ ജാഗ്രത ഉണ്ടായിരിക്കണമെന്ന ആരോഗ്യ വകുപ്പിന്റെ നിർദേശം പുറത്തു വന്നതും വിവിധ സ്ഥലങ്ങളിലെ കച്ചവടത്തെ സാരമായി ബാധിച്ചിട്ടുണ്ട്. റിയൽ എസ്റ്റേറ്റ് മേഖലയും നിർമാണ മേഖലയും നേരത്തെ തന്നെ കൂപ്പു കുത്തി.

കൊറോണ കൂടി വന്നപ്പോൾ ഷോപ്പിംഗ് മാളുകൾ, ഹോട്ടലുകൾ, സൂപ്പർ മാർക്കറ്റുകൾ, ഗതാഗതം, ടൂറിസം എന്തിന് ടോപ് ഐടി കമ്പനികൾ മുതൽ ചുമട്ടു തൊഴിലാളികളടക്കമുള്ളവരുടെ ജോലിയെയും ജീവിതത്തെയും വരെ കൊറോണ ബാധയേറ്റിരിക്കുകയാണ്. കൊറോണ വൈറസ് മുന്നോട്ട് വെയ്ക്കുന്ന ആരോഗ്യ പ്രശ്നങ്ങൾ മുമ്പെങ്ങുമില്ലാത്ത തരത്തിലുള്ള ആശങ്കയാണ് ഉണ്ടാക്കുന്നതെങ്കിൽ കൊറോണ വരുത്തി വെച്ചേക്കാവുന്ന സാമ്പത്തിക തിരിച്ചടികളാണ് വലിയൊരു ആഘാതം. ആഗോള സാമ്പത്തിക പ്രതിസന്ധിയുടെ പ്രതിഫലനം തന്നെയാണ് നമ്മുടെ സാമ്പത്തിക തകർച്ചയും.

പ്രതിസന്ധിയിൽ നിന്നു കര കയറാൻ ശ്രമിക്കുമ്പോൾ തിരിച്ചടികൾ ഓരോന്നായി ബിസിനസ് സമൂഹത്തിനു നേരെ കടന്നു വരികയാണ്. രാജ്യത്ത് ലോക്ക് ഡൗൺ നിയന്ത്രണങ്ങളെ തുടർന്ന് വിവാഹങ്ങൾ മാറ്റിവെക്കുകയാണെങ്കിലും വിവാഹ പോർട്ടലുകളുടെ ലാഭത്തിൽ വർധനവ് ആണ് ഉണ്ടായിരിക്കുന്നത്.

കൊവിഡ് വ്യാപനവും തുടർന്നുണ്ടായ ലോക്ക് ഡൗൺ പ്രഖ്യാപനവുമെല്ലാം കൊണ്ട് രാജ്യത്ത് വിവാഹങ്ങളൊക്കെയും മുടങ്ങിയെങ്കിലും പങ്കാളികളെ കണ്ടെത്താനുള്ള ശ്രമം ആളുകൾ നിർത്തിവെച്ചിട്ടില്ല. സാമൂഹ്യ അകലം പാലിക്കേണ്ടതിനാൽ നേരിട്ടുള്ള അന്വേഷണങ്ങൾ നടക്കാതായപ്പോൾ വിവാഹ പോർട്ടലുകൾക്കത് അനുഗ്രഹമായി.

പ്രമുഖ ഓൺലൈൻ വിവാഹ പോർട്ടലുകളെല്ലാം തന്നെ വളർച്ചാ നിരക്ക് രണ്ടക്കം കടന്നുവെന്നതാണ് പുതിയ റിപ്പോർട്ട്. ●



ഹാജിറാ ഷെറീഫ്



ശബ്ദവിന്യാസവും ആശയവിനിമയവും

വാക്കുകൾക്ക് പേപ്പറിൽ പറഞ്ഞിരിക്കുന്നതിനേക്കാൾ ആഴത്തിലുള്ള അർത്ഥമുണ്ട്. എന്നാൽ ഇത് പ്രകാശിപ്പിക്കാൻ മനുഷ്യന്റെ ശബ്ദം ആവശ്യമാണ്
– മായ ആഞ്ചലൂ

ശബ്ദവിന്യാസമെന്നത് ആശയവിനിമയത്തിൽ ഏറ്റവും പ്രാധാന്യമർഹിക്കുന്ന കാര്യമാണ്. 'എല്ലാവരുടെയും ഏറ്റവും മികച്ച ഉപകരണമാണ് ഹ്യൂമൻ വോയ്സ്' എന്നാണ് സംഗീതജ്ഞനായ ആർവോ പെർട്ട് അഭിപ്രായപ്പെട്ടിരിക്കുന്നത്. നമ്മൾ നമ്മുടെ ശബ്ദത്തെ നിയന്ത്രിക്കുമ്പോഴോ ക്രമീകരിക്കുവാൻ ശ്രമിക്കുമ്പോഴോ ആണ് ശബ്ദവിന്യാസം സംഭവിക്കുന്നത്. ശബ്ദവിന്യാസത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ നമുക്ക് മുൻപിൽ താഴെ പറയുന്ന സാധ്യതകളാണുള്ളത്.

1. ഊന്നിപ്പറയുക
2. നിർത്തിപ്പറയുക
3. ശബ്ദം ഉയർത്തുക
4. ശബ്ദം താഴ്ത്തുക
5. ശബ്ദത്തിന്റെ വേഗത കൂട്ടുക
6. ശബ്ദത്തിന്റെ വേഗത കുറയ്ക്കുക
7. ശബ്ദത്തിൽ കൂടുതൽ നാടകീയതയോ വൈകാരികതയോ കൊണ്ടുവരുക.



ശബ്ദവിന്യാസത്തിലൂടെ നമ്മുടെ ആശയത്തെ കൂടുതൽ ഫലപ്രദമായി ശ്രോതാവിലേക്ക് എത്തിക്കുവാൻ കഴിയുന്നു എന്നതാണ് വാസ്തവം. ശബ്ദവിന്യാസമില്ലാത്ത അവസഥയെപ്പറ്റി ഒന്ന് ചിന്തിച്ച് നോക്കുക. നമ്മൾ തുടർച്ചയായി ഒരേ സ്വരത്തിൽ ഒരേ വേഗത്തിൽ ഒരേ വൈകാരികതയോടെ സംസാരിച്ച് പോകുന്നു എന്ന് സങ്കൽപ്പിക്കുക. എന്തൊരു ബോറൻ അനുഭവമായിരിക്കും അത്. ഇവിടെയാണ് ശബ്ദവിന്യാസത്തിന് നിത്യജീവിതത്തിൽ പ്രാധാന്യമുണ്ടാവുന്നത്. ഇവയെപ്പറ്റി കൂടുതൽ വ്യക്തതയോടെ നമുക്ക് മനസ്സിലാക്കാം.

ഊന്നിപ്പറയുക

ശബ്ദവിന്യാസം ഉറപ്പ് വരുത്തുന്നതിനുള്ള ഏറ്റവും ലളിതവും അടിസ്ഥാനപരവുമായ നിയമമാണിത്. തുടർച്ചയായി സംസാരിച്ച് പോകുമ്പോൾ ചില വാക്കുകൾക്ക് ഒരൽപ്പം കനം കൂടുതൽ കൊടുത്ത് സംസാരിക്കുന്ന രീതിയാണിത്. ചുവടെ കൊടുത്തിരിക്കുന്ന ഉദാഹരണത്തിൽ കനം കൂടിയ വാക്കുകൾക്ക് ഊന്നൽ നൽകി വായിക്കുമ്പോൾ ഇത് കൂടുതൽ വ്യക്തമാകും.

ഈ കാലഘട്ടത്തിലെ '**അടിസ്ഥാന പ്രശ്നം**' തൊഴിലില്ലായ്മയാണ്.

ഇത്തരത്തിൽ ചില വാക്കുകൾക്ക് ഊന്നൽ നൽകുമ്പോൾ യഥാർത്ഥത്തിൽ നമ്മൾ സംസാരിക്കുന്ന വാക്കുകളിൽ ഏറ്റവും പ്രാധാന്യം അർഹിക്കുന്ന വാക്കുകൾ അഥവാ ആശയങ്ങൾ ഏതെന്ന് മനസ്സിലാക്കുന്നതിനും തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നതിനും നാം ശ്രോതാവിനെ സഹായിക്കുകയാണ് ചെയ്യുന്നത്.

നിർത്തിപ്പറയുക

നമ്മൾ തുടർച്ചയായി സംസാരിച്ച് പോകുന്നതിനിടയ്ക്ക് എവിടെയെങ്കിലുമൊക്കെ ഒരു സെക്കന്റ് നിർത്തി അടുത്ത കാര്യം പറയുന്നത് ആശയവിനിമയത്തിൽ വലിയ ഗുണപരമായ മാറ്റങ്ങൾക്ക് കാരണമാകും. ഒരു നിശബ്ദതയ്ക്ക് ശേഷം നാം എന്താണ് പറയുവാൻ പോകുന്നത് എന്ന തരത്തിലുള്ള ഒരു ജിജ്ഞാസ കേഴ്വിക്കാരനിൽ ഉണർത്താൻ ഇത് സഹായിക്കുന്നു.

ശബ്ദം ഉയർത്തിയും താഴ്ത്തിയും

ഒരേ രീതിയിൽ തുടർച്ചയായി സംസാരിക്കുന്നതിനിടയിൽ ശബ്ദം ഉയർത്തിയും താഴ്ത്തിയും ക്രമീകരിക്കുന്നത് എപ്പോഴും ഉചിതമായിരിക്കും. ഉയർന്ന ശബ്ദത്തിൽ നാം സംസാരിക്കുന്ന കാര്യങ്ങൾ കൂടുതൽ ഗൗരവതരമായവയാണ് എന്ന തരത്തിലുള്ള സന്ദേശമാണ് ഇതിൽ നിന്ന് സാധാരണ ഗതിയിൽ ശ്രോതാവിന് ലഭിക്കുക. തുടർച്ചയായ സംഭാഷണത്തിലെ മുഷിപ്പ് മാറ്റുവാനും ഇത്തരത്തിലുള്ള ശബ്ദക്രമീകരണം സഹായിക്കുന്നുണ്ട്.

വേഗത്തിലും സാവധാനത്തിലും

ചില കാര്യങ്ങൾ സംസാരിക്കുമ്പോൾ വേഗത്തിലും ചിലപ്പോഴൊക്കെ സാവധാനത്തിലും പറയുന്നത് സംഭാഷണത്തിൽ ഏർപ്പെടുന്നവരുടെ കൗതുകം വർദ്ധിപ്പിക്കുവാനും പങ്കാളിത്തം ഉറപ്പ് വരുത്തുന്നതിനും സഹായകരമാണ്.

വൈകാരികത കലർത്തിയ സംഭാഷണം

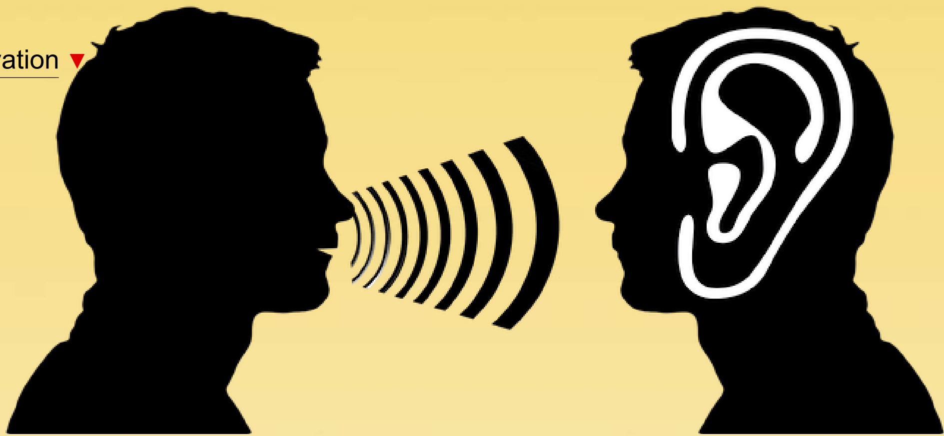
പലതരത്തിലുള്ള വികാരങ്ങളാണ് നാം സംഭാഷണത്തിലൂടെ കേൾവിക്കാരനിലെത്തിക്കുന്നത്. സന്തോഷം, വിജയം തുടങ്ങിയ കാര്യങ്ങൾ വിനിമയം ചെയ്യുമ്പോൾ അതിനനുസൃതമായതും ദു:ഖവും ദേഷ്യവും പോലെയുള്ള വികാരങ്ങൾ വിനിമയം ചെയ്യുമ്പോൾ അതിനനുസരിച്ചുള്ളതുമായ വൈകാരികത ശബ്ദത്തിൽ കൊണ്ടുവരുന്നത് നമ്മുടെ ആശയത്തെ കൃത്യമായി ശ്രോതാവിലേക്ക് എത്തിക്കുന്നതിൽ നിർണായകമാണ്.

ശബ്ദവിന്യാസം മെച്ചപ്പെടുത്തൽ

ശബ്ദവിന്യാസം മെച്ചപ്പെടുത്തുന്ന മേഖലയിൽ ഒരു വ്യക്തിക്ക് നിരവധി കാര്യങ്ങൾ ചെയ്യാൻ സാധിക്കും അവ ചുവടെ ചേർക്കട്ടെ.

1. നിരന്തര പരിശീലനം

ഏതൊരു സിദ്ധിയും ആർജിച്ചെടുക്കുന്നതിന് സമാനമായ രീതിയിൽ പരിശീലനത്തിലൂടെ മാ



ത്രമേ ശബ്ദവിന്യാസം മെച്ചപ്പെടുത്താൻ നമുക്ക് സാധിക്കുകയുള്ളൂ. വാക്യങ്ങളിലെ വിവിധ വാക്കുകൾക്ക് മാറിമാറി ഊന്നൽ നൽകി പരിശീലിക്കുന്നത് ഉചിതമായിരിക്കും. താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്ന ഉദാഹരണത്തിലെ കട്ടികൂടിയ വാക്കുകൾക്ക് ഊന്നൽ നൽകി പരിശീലിക്കാവുന്നതാണ്.

ഞാൻ നിങ്ങളോട് അവിടെ പോകരുതെന്ന് പറഞ്ഞതല്ലേ

ഞാൻ **നിങ്ങളോട്** അവിടെ പോകരുതെന്ന് പറഞ്ഞതല്ലേ

ഞാൻ നിങ്ങളോട് **അവിടെ** പോകരുതെന്ന് പറഞ്ഞതല്ലേ

ഞാൻ നിങ്ങളോട് അവിടെ **പോകരുതെന്ന്** പറഞ്ഞതല്ലേ

ഞാൻ നിങ്ങളോട് അവിടെ പോകരുതെന്ന് **പറഞ്ഞതല്ലേ**

2. മൂളിപ്പാട്ട്

നമ്മുടെ സ്വരം കൂടുതൽ മനോഹരമാക്കുന്നതിൽ സഹായിക്കുന്ന ഒന്നാണ് മൂളിപ്പാട്ട് എന്നത്. ശബ്ദവിന്യാസത്തിന്റെ ഏതാണ്ട് എല്ലാ മാനങ്ങളും പരിശീലിക്കുന്നതിന് മൂളിപ്പാട്ട് പാടുന്നത് പ്രയോജനപ്രദമാണ്.

3. വണ്ടിയോടിക്കൽ

കൊച്ചുകുട്ടികൾ ചുണ്ട് ഉപയോഗിച്ച് വണ്ടിയുടെ ശബ്ദം അനുകരിക്കുന്നത് കണ്ടിട്ടില്ലേ. ഇത്തരത്തിൽ ശ്വാസം ഉള്ളിലേക്ക് എടുത്ത് ചുണ്ടുകൾക്ക് ഒരു വിറയിൽ അനുഭവപ്പെടുന്ന രീതിയിൽ മേൽപ്പറഞ്ഞ തരത്തിലുള്ള ശബ്ദം ഉണ്ടാക്കി പരിശീലിക്കുന്നത് ശബ്ദനിയന്ത്രണത്തിന് നമ്മെ പലരീതിയിൽ സഹായിക്കുന്നുണ്ട്. അതോടൊപ്പം കൂടുതൽ വ്യക്തതയുള്ള ശബ്ദം പുറപ്പെടുവിക്കുന്നതിനും ഇത് സഹായിക്കുന്നു.

ഇത്തരത്തിലുള്ള വിവിധ മാർഗ്ഗങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുകവഴി ആർക്കും ശബ്ദവിന്യാസം പരിശീലിക്കുവാനും അതുവഴി മികച്ച ആശയവിനിമയശേഷി ആർജിക്കുവാനും സാധിക്കും.



അരുൺ ജോർജ്ജ് മാമ്പ്ര

അസിസ്റ്റന്റ് പ്രൊഫസർ
ഭാരത് മാതാ കോളേജ് ഓഫ് കൊമേഴ്സ് & ആർട്സ്, ആലുവ
mail id: arunmampra@gmail.com

STATEMENT ABOUT OWNERSHIP AND OTHER PARTICULARS ABOUT EFFECTIVE ADCOM

1. Place of Publication	: Kottayam
2. Periodicity of its Publication	: Monthly
3. Printer's Name	: Mathew K.
(Whether citizen of India)	: Yes
Address	: Mulamoottil Building, Cathedral Road, Manorama South, Kottayam 686 001, Kerala
4. Publisher's Name	: Mathew K.
(Whether citizen of India)	: Yes
Address	: Mulamoottil Building, Cathedral Road, Manorama South, Kottayam 686 001, Kerala
5.Editor's Name	: Mathew K.
(Whether citizen of India)	: Yes
Address	: Mulamoottil Building, Cathedral Road, Manorama South, Kottayam 686 001, Kerala
5.Name and address of individuals Who own the magazine	: Mathew K., Effective Publications, Mulamoottil Building, Cathedral Road, Manorama South, Kottayam 686 001, Kerala

I Mathew K., hereby declare that the particulars given above are true to the best of my knowledge and belief.

Dated: 01.04.2020
Kottayam

Sd/-
Publisher





പ്രകാശം പരത്തിയ പെൺകുട്ടി

ഔൾ ആന്റ് ദി സ്പാരോ

സംവിധാനം: സ്റ്റെഫാൻ ഗോജർ

തോയി എന്ന പെൺകുട്ടി ഇതിൽ ജീവിതത്തെ പ്രായോഗികമായി എങ്ങനെ സമീപിക്കാം എന്ന് ചിന്തിക്കുകയും അതിനനുസരിച്ച് ജീവിത മാർഗം കണ്ടെത്താനും ശ്രമിക്കുന്നു. അതുകൊണ്ടാണ് പിതൃ സഹോദരന്റെ ഫാക്ടറിയിൽ നിന്നും ജീവിതം തേടി സെയിഗോൺ നഗരത്തിലേക്ക് അവൾ പുറപ്പെടുമ്പോൾ അവൾ ഉണ്ടാക്കിയ സമ്പാദ്യവും ചെറുതാണെങ്കിൽ പോലും അതും കയ്യിൽ കരുതുന്നത്.

അധിനിവേശത്തിന്റെയും യുദ്ധത്തിന്റെയും ദുരന്ത വഴിയിലൂടെ ഏറെ സഞ്ചരിക്കുകയും ജനങ്ങളുടെ പോരാട്ടത്തിലൂടെ അതിജീവിക്കുകയും ചെയ്ത രാജ്യമാണ് വിയറ്റ്നാം. അമേരിക്കൻ അധിനിവേശത്തിന്റെയും അവർ വർഷിച്ച നാപാം ബോംബുകളുടെയും ദുരന്ത ഭൂമികയായിരുന്നു വിയറ്റ്നാം. ആ ഭൂമികയിലെ കഥ പറയുന്ന വിയറ്റ്നാമീസ് ചിത്രമാണ് അമേരിക്കക്കാരനായ സ്റ്റെഫാൻ ഗോജർ സംവിധാനം ചെയ്ത 'ഔൾ ആന്റ് ദി സ്പാരോ'. പിതൃ സഹോദരന്റെ ക്രൂരതയിൽ നിന്നും രക്ഷനേടാൻ വേണ്ടി വീട് വിട്ടിറങ്ങുന്ന അനാഥയായ പത്തുവയസുകാരി തോയി എന്ന പെൺകുട്ടിയിലൂടെയാണ് കഥ പറയുന്നത്. എന്നാൽ പെൺകുട്ടിയുടെ കണ്ണീർ കഥ പറയാനല്ല സംവിധായകൻ ശ്രമിക്കുന്നത്. തോയി എന്ന പെൺകുട്ടി ഇതിൽ ജീവിതത്തെ പ്രായോഗികമായി എങ്ങനെ സമീപിക്കാം എന്ന് ചിന്തിക്കുകയും അതിനനുസരിച്ച് ജീവിത മാർഗം കണ്ടെത്താനും ശ്രമിക്കുന്നു. അതുകൊണ്ടാണ് പിതൃ സഹോദരന്റെ ഫാക്ടറിയിൽ നിന്നും ജീവിതം തേടി സെയിഗോൺ നഗരത്തിലേക്ക് അവൾ പുറപ്പെടുമ്പോൾ അവൾ ഉണ്ടാക്കിയ സമ്പാദ്യവും ചെറുതാണെങ്കിൽ പോലും അതും കയ്യിൽ കരുതുന്നത്.

നഗരവൽക്കരണത്തിന്റെ എല്ലാ കറുത്ത വശങ്ങളും ഏറ്റു വാങ്ങികൊണ്ടിരിക്കുന്ന നഗരമാണ് സെയിഗോൺ. അതിനാൽ അതിജീവനം എന്നത് ഈ പെൺകുട്ടിക്ക് ഇവിടെയും പ്രശ്നമാകുന്നു. കയ്യിലുള്ള പണം കൊണ്ട് അവൾ തുടങ്ങുന്ന വിവിധ ചിത്രങ്ങൾ അടങ്ങിയ പിക്ചർ കാർഡ് വിൽപ്പന നഷ്ടത്തിൽ കലാശിക്കുന്നു. എന്നാൽ അവൾക്ക് സ്വന്തം നന്മയിൽ വിശ്വാസമുണ്ട്. അവൾ പുതിയ വഴി തേടുന്നു നഗരത്തിൽ റോസ്സാപൂ വിൽപ്പന തുടങ്ങിയതോടെ അവളുടെ ജീവിതത്തിൽ പുതിയ കൂട്ടുകെട്ടുകൾ ഉണ്ടാകുന്നു. താൻ ബന്ധപ്പെടുന്നവരെയൊക്കെ തന്നിലേക്ക് വലിച്ചടുപ്പിക്കാൻ കഴിയുന്ന ഒരാകർഷീയണത ഈ പെൺകുട്ടിക്ക് ഉണ്ട്. അങ്ങിനെ അവൾ രണ്ടു കൂട്ടുകാരെ കണ്ടെത്തുന്നു. അതിലൊരാളാണ് ഹായ് എന്ന മൃഗസ്നേഹിയായ യുവാവ്. മൃഗശാലയിൽ വെച്ച് തോയി ആനക്ക് റോസാപ്പൂ നൽകുന്നത് കണ്ടാണ് ഹായ് എത്തുന്നത് ആനകൾക്ക് പൂവല്ല

കരിമ്പാണ് വേണ്ടതെന്ന് അവൻ പറഞ്ഞു കൊടുക്കുകയും കരിമ്പിൻ തണ്ട് തോയിയെ കൊണ്ട് തന്നെ ആനക്ക് നല്കുകയും ചെയ്യുന്നു. അതോടെ അവർ കൂട്ടുകാരാകുന്നു

അയാൾ ദു:ഖിതനാണ് താൻ ജീവനുതുല്യം സ്നേഹിക്കുന്ന ആനക്കുട്ടി തന്നിൽ നിന്നും നഷ്ടപ്പെടാൻ പോകുകയാണ്. ആ ആനക്കുട്ടിയെ ഒരു ഇന്ത്യൻ മൃഗശാലയ്ക്ക് വിൽക്കാനുള്ള കരാറിൽ ഉടമസ്ഥൻ ഒപ്പിട്ടു കഴിഞ്ഞു. ഇനി ഏതാനും ദിവസങ്ങൾക്കുള്ളിൽ ഹായുടെ പ്രിയപ്പെട്ട ആനക്കുട്ടിയെ ഇന്ത്യയിലേക്ക് കൊണ്ടുപോകും. ഈ വേദന പേറിയാണ് ഹായ് എന്ന കൂട്ടുകാരൻ തോയിയുടെ കൂടെ കൂടുന്നത്. ഇങ്ങനെ മറ്റൊരു കൂട്ടുകാരിയെകൂടി തോയിക്ക് ലഭിക്കുന്നുണ്ട് വിമാന ജോലിക്കാരിയായ ലാൻ. ഇവരുടെ അഞ്ചു ദിവസമാണ് സിനിമക്കായി കാല പശ്ചാത്തലം ഒരുക്കിയിരിക്കുന്നത്. വിമാന ജോലിക്കാരിയായ ലാൻ സുന്ദരിയാണ് എന്നാൽ അവൾക്കൊരു കാമുകനെ കിട്ടുന്നില്ല പലരും തന്റെ ശരീരം ആഗ്രഹിച്ചു വരുന്നവർ മാത്രമാണ് അത്തരത്തിൽ ഒരാൾ ചതിച്ചു പോകുന്ന ഭാഗവും സിനിമയിൽ കാണിക്കുന്നുണ്ട് ഈ വേദനകൾക്കിടയിലാണ് എന്നും അർദ്ധരാത്രി റസ്റ്റോറൻറിൽ ഇരിക്കുന്ന ലാനെ തോയി കണ്ടുമുട്ടുന്നത്. തോയി ഉറങ്ങുന്നത് നദിയുടെ തീരത്ത് ഒരു തുറസ്സായ സ്ഥലത്താണ് എന്നറിഞ്ഞതോടെ തോയിയെ താൻ താമസിക്കുന്ന ഹോട്ടൽ മുറിയിലേക്ക് കൊണ്ടുപോകുന്നു.

അങ്ങനെ തോയി എന്ന കൊച്ചു കൂട്ടുകാരിയിലൂടെ ഹായ് എന്ന മൃഗസ്നേഹിയേയും കൂട്ടുകാരനായി ലഭിക്കുന്നു. ഇവർ തമ്മിലുള്ള സൗഹൃദത്തിന്റെ വലയം ശക്തിപ്പെടുന്നത് നമുക്ക് കാണാം. ലോകത്താകമാനം പറന്നു നടക്കുന്ന ലാനും മൃഗസ്നേഹിയായ ഹായും അതിജീവിതത്തിനായി കുട്ടിയായിരിക്കെ തന്നെ നാടുവിട്ടെത്തിയ തോയിയും തമ്മിലുള്ള ബന്ധം സിനിമയെ വളർത്തുന്നു. ഒരു നഗരം അതിന്റെ വളർച്ചയിൽ നേരിടുന്ന പ്രധാന പ്രതിസന്ധികൾ ഒക്കെ തന്നെ സെയ്ഗോൻ നഗരവും നേരിടുന്നു ആഗോളീകരണത്തിന്റെ തിക്ത ഫലങ്ങൾ അനുഭവിക്കുന്ന നഗരമാണ് സെയ്ഗോൻ. കൂട്ടുകാരികൾക്കൊപ്പം റോസാപ്പൂ വിൽക്കുമ്പോൾ എളുപ്പത്തിൽ ചിലർക്ക് പൂ വിൽക്കുന്നത് കണ്ട് ആദ്യ ദിവസം തന്നെ തോയി ചോദിക്കുന്നുണ്ട് എങ്ങനെ നീയിത് എത്ര എളുപ്പത്തിൽ വിൽക്കുന്നു എന്ന്. പെൺകുട്ടികളാണ് വിൽക്കുന്നത് എങ്കിൽ ചിലർ പെട്ടെന്നു വാങ്ങും എന്നവൾ പറയുന്നു. ഹോട്ടൽ മുറിയിൽ വെച്ച് തന്റെ ലിപ്സ്റ്റിക് ഇടുന്നത് കണ്ട് ലാൻ അവളെ വഴക്കു പറയുന്നുണ്ട്. ലിപ്സ്റ്റിക്ക് ഇവിടെ ഒരു പ്രതീകമാണ്. പെണ്ണൊരു ശരീരം മാത്രമായി വികസിക്കുന്ന ഇടമാണ് നഗരമെന്ന് ഇവിടെ പറയാതെ പറയുന്നു.

വളരാനിരിക്കുന്ന തോയി എന്ന പെൺകുട്ടിയും ഈ നഗരത്തിൽ ഇതേ ഭീഷണി നേരിടേണ്ടി വരും എന്ന് ലാൻ ഈ ഭയത്തിലൂടെ ചൂണ്ടികാണിക്കുന്നു. തോയി നഗരത്തിൽ എത്തിയിട്ടുണ്ടെന്ന് അറിഞ്ഞ



ചെറിയച്ഛൻ തോയിയെ തേടി വരികയും ഒരു അനാഥാലയത്തിൽ വെച്ച് കണ്ടെത്തുകയും ചെയ്യുന്നു. എന്നാൽ അവളെ സ്വന്തമാക്കാൻ എത്തിയ ലാനും ഹായ്ക്കും അവരും തോയിയും തമ്മിലുള്ള ബന്ധം തെളിയിക്കാൻ ആകുന്നില്ല അതോടെ ചെറിയച്ഛൻ തന്നെ തോയിയെ തന്റെ ഫാക്ടറിയിലേക്ക് കൊണ്ട് പോകുന്നു വീണ്ടും ദുരിത കാലം. കൂലി നൽകാതെയുള്ള ജോലി. എന്നാൽ അവിടെ നിന്നും രക്ഷപ്പെടാൻ തോയി ആഗ്രഹിക്കുന്നുണ്ട് അതിനവൾ ശ്രമിക്കുന്നുമുണ്ട്. അയാൾ തനിക്ക് തരാതെ ഒളിപ്പിച്ചു വെച്ച പണം എടുത്ത് അവൾ വീണ്ടും സെയിഗോൺ നഗരത്തിലേക്ക് തന്നെ രക്ഷപ്പെടുന്നു. അവൾ സ്വരൂപിച്ച പണം മുഴുവൻ ഹായ്ക്കു കൈമാറി തന്റെ പ്രിയപ്പെട്ട ആനക്കുട്ടിയെ സ്വന്തമാക്കാൻ പറയുന്നു എന്നാൽ ഈ പണം നിന്റെ ചെറിയച്ഛനു തന്നെ തിരിച്ചു നല്കണമെന്ന് ഹായ് നിർദ്ദേശിക്കുന്നു. ഹായ് ആ പണം അയാൾക്ക് തന്നെ തിരിച്ചു നല്കുന്നു. അതോടെ ഹായും തായും ഒരുമിച്ച് സെയ്ഗോൺ നഗരത്തിൽ ജീവിക്കുന്നു.

ലാനും ഹായും ഒരുമിക്കണം എന്നുള്ളത് തോയിയുടെ ആഗ്രഹമാണ് അതിനായി അവൾ നടത്തുന്ന ശ്രമവും അവരുടെ സമാഗമവുമാണ് ചിത്രത്തിന്റെ ക്ലൈമാക്സ്. ചിത്രം മുഴുവൻ പ്രകാശം പരത്തിയ തോയ് എന്ന പെൺകുട്ടിയുടെ കഥാപാത്രമായി ജീവിച്ചത് പാംജിയ ഹാൻ എന്ന മിടുക്കി കുട്ടിയാണ്. ലാൻ ആയി കാറ്റ് ലിയും ഹായിയുടെ വേഷത്തിൽ ലി തെ ഹുയും എത്തുന്നു. സംവിധായകൻ സ്റ്റെഫാൻ ഗോജർ തന്നെയാണ് രചനയും നിർവഹിച്ചിരിക്കുന്നത്. പീറ്റർ ഗ്യൂയെൻ ആണ് ഈ ചിത്രത്തിന്റെ സംഗീത സംവിധായകൻ. 2007ൽ ഇറങ്ങിയ ഈ ചിത്രം നിരവധി ചലചിത്ര മേളകളിൽ പ്രദർശിപ്പിക്കുകയും പുരസ്കാരങ്ങൾ നേടുകയും ചെയ്തിട്ടുണ്ട്. ●



ഫൈസൽ ബാവ



A reader lives a thousand lives before he dies . . .
The man who never reads " lives only one."
– George R.R. Martin

Until I feared I would lose it, I never loved to read.
One does not love breathing.
– Harper Lee

Never trust anyone who has not brought a book with them.
– Lemony Snicket

എം.കെ.അർജ്ജുനൻ മാസ്റ്റർ

മലയാളചലച്ചിത്രസംഗീത രംഗത്തെ അതികായനായിരുന്നു എം.കെ. അർജ്ജുനൻ. അർജ്ജുനൻ മാസ്റ്റർ എന്ന അപരനാമത്തിൽ അറിയപ്പെടുന്ന അദ്ദേഹം നൂറ്റിയമ്പതോളം മലയാളചലച്ചിത്രങ്ങൾക്കും നിരവധി നാടകങ്ങൾക്കും ആൽബങ്ങൾക്കും സംഗീതസംവിധാനം നിർവ്വഹിച്ചിട്ടുണ്ട്. മാനത്തിൻ മുറ്റത്ത്, ഹൃദ യമുരുകി നീ, പൗർണ്ണമിച്ചന്ദ്രിക തൊട്ടുവിളിച്ചു, യദുകുല രതിദേവനെവിടെ, നിൻ മണിയറയിലെ, പാലരുവിക്കരയിൽ, കസ്തൂരി മണക്കുന്നല്ലോ, ചന്ദ്രോദയം കണ്ട്, ചെട്ടികുളങ്ങര ഭരണിനാളിൽ, ആയിരം അജന്താശില്പങ്ങളിൽ, രവിവർമ്മച്ചിത്രത്തിൻ രതിഭാവമേ തുടങ്ങി നിരവധി ഹിറ്റ് ഗാനങ്ങൾ അദ്ദേഹത്തിന്റേതായുണ്ട്. 1969 മുതൽ സംഗീതനാടക അക്കാദമി അവാർഡ് 14 തവണ നേടി. 2017ൽ ഭയാനകം എന്ന ചി ത്രത്തിലൂടെ മികച്ച ചലച്ചിത്ര സംഗീതസംവിധായകനുള്ള സംസ്ഥാന അവാർഡ് ലഭിച്ചു. 84 ാംവയസ്സിൽ 2020 ഏപ്രിൽ 6ന്, അന്തരിച്ചു.



കലിംഗ ശശി

മലയാള നാടകരംഗത്തുനിന്നും ചലച്ചിത്രവേദിയിലെത്തി ചുരുങ്ങിയ കാലം കൊണ്ട് ശ്രദ്ധേയനായ അഭിനേതാവായിരുന്നു കലിംഗ ശശി എന്ന വി. ചന്ദ്രകുമാർ. ഓട്ടോമൊബൈൽ എൻജിനിയറിങ് ഡിപ്ലോമ പൂർത്തിയാക്കിയ ശശി അമ്മാവൻ വിക്രമൻ നായരുടെ സഹായത്തോടെ നാടക രംഗത്ത് പ്രവേശിച്ചു. വീട്ടിലെ വിളിപ്പേരായ ശശി എന്ന പേരിനൊപ്പം കോഴിക്കോട് എന്നു ചേർത്താണ് നാടകത്തിൽ അഭിനയിച്ചിരുന്നത്. ഇരുപത്തിയഞ്ച് വർഷത്തോളം നാടകരംഗത്ത് പ്രവർത്തിച്ചു. 1998ൽ പുറത്തിറങ്ങിയ 'തകരച്ചെണ്ട' ആയിരുന്നു അദ്ദേഹത്തിന്റെ ആദ്യ ചിത്രം. തുടർന്ന് അവസരങ്ങൾ ലഭിക്കാതെ വന്നപ്പോൾ നാടകങ്ങളിലേക്ക് തിരിച്ചു പോയ ശശി പാ ലേരിമാണിക്യം ഒരു പാതിരാക്കൊലപാതകത്തിന്റെ കഥ എന്ന ചിത്രത്തിലൂടെയാണ് മലയാളചലച്ചിത്ര രംഗത്തേക്ക് തിരിച്ചു വന്നത്. നാടകം കൂടാതെ പിന്നീട് നി രവധി ടെലിവിഷൻ സീരിയലുകളിലും ഏഷ്യാനെറ്റിൽ മുൻഷി എന്ന പ രമ്പരയിലും അഭിനയിച്ചിരുന്നു. അമ്മാവന്റെ നാടകട്രൂപ്പിന്റെ രണ്ടാമതു നാടകമായ 'സാക്ഷാത്കാര'ത്തിലാണ് ആദ്യമായി അഭിനയിച്ചത്. 500-ലധികം നാടകങ്ങളിൽ ശശി അഭിനയിച്ചിട്ടുണ്ട്. 2020 ഏപ്രിൽ 7-ന് 59-ാം വയസ്സിൽ ഇദ്ദേഹം അന്തരിച്ചു



ഇർഫാൻഖാൻ

ലോകസിനിമയിലെ ഇന്ത്യൻ മുഖമായിരുന്നു ഇർഫാൻഖാൻ. എം എ കഴിഞ്ഞതിനുശേഷം 1984ൽ നാഷണൽ സ്ക്കൂൾ ഓഫ് ഡ്രാമയിൽ ചേർന്നു അഭിനയം പഠിച്ചു. 1987ൽ പഠനം പൂർത്തിയായതിനുശേഷം മുംബൈയിലേക്ക് മാറി. അക്കാലത്ത് നിരവധി സീരിയലുകളിൽ അഭിനയിച്ചിരുന്നു. വില്ലൻ വേഷങ്ങളിലാണ് പ്രധാനമായും അഭിനയിച്ചിരുന്നത്. ചാണക്യ, ചന്ദ്രകാന്ത എന്നിവ അഭിനയിച്ച സീരി യലുകളിൽ പ്രധാനപെട്ടവയാണ്.

1988ൽ മീര നായർ സംവിധാനം ചെയ്ത സലാം ബോംബേ എന്ന ചിത്രത്തിൽ അഭിനയിച്ചു. 1990ൽ ഏക് ഡോക്ടർ കി മൗത് എന്ന സിനിമയിലും 1998ൽ സച് എ ലോങ് ജേർണി എന്ന സിനിമയിലും അഭിനയിച്ചു. പിന്നീട് 2003ൽ അശ്വിൻ കു മാർ സംവിധാനം ചെയ്ത റോഡ് ടു ലഡാക് എന്ന ലഘുചിത്രത്തിൽ അഭിനയിച്ചത് വളരെ ശ്രദ്ധേയമായി. 2004ൽ ഹാസിൽ എന്ന ചിത്രത്തിലെ അഭിനയത്തിലൂടെ മികച്ച വില്ലനുള്ള ഫിലിംഫെയർ അവാർഡ് ലഭിച്ചു. 2007ൽ ലൈഫ് ഇൻ എ മെട്രോ എന്ന സിനിമയിലൂടെ മികച്ച സഹനടനുള്ള അവാർഡ് ലഭിച്ചു. 2012ൽ പാൻ സിംഗ് തോമർ എന്ന ചിത്രത്തിലൂടെ മികച്ച നടനുള്ള ദേശീയപുരസ്ക്കാരം ലഭിച്ചു. 53-ാം വയസ്സിൽ 2020 ഏപ്രിൽ 29ന് അന്തരിച്ചു.

Homage



ഋഷി കപൂർ

ബോളിവുഡ് ചലച്ചിത്ര രംഗത്തെ നടനും, നിർമ്മാതാവും, സംവിധായകനുമായിരുന്ന പിതാവായ രാജ് കപൂറിന്റെ 1970ൽ പുറത്തിറങ്ങിയ മേരാ നാം ജോക്കർ എന്ന ചിത്രത്തിൽ ബാലതാരമായി അഭിനയിച്ചു അതിന് ദേശീയ ചലച്ചിത്ര അവാർഡ് ലഭിച്ചിരുന്നു. മുതിർന്നതിനുശേഷം 1973 ൽ ബോബി എന്ന ചിത്രത്തിൽ ഡിംപിൾ കപാഡിയയ്ക്കൊപ്പം അഭിനയിക്കുകയും 1974 ലെ മികച്ച നടനുള്ള ഫിലിംഫെയർ അവാർഡ് ലഭിക്കുകയും ചെയ്തു. 92 ചിത്രങ്ങളിൽ റൊമാന്റിക് നായകനായി അദ്ദേഹം പ്രധാന കഥാപാത്രങ്ങളെ അവതരിപ്പിച്ചു. ദോ ദൂനി ചാറിലെ അഭിനയത്തിന് 2011 ൽ മികച്ച നടനുള്ള ഫിലിംഫെയർ ക്രിട്ടിക്സ് അവാർഡും കപൂർ ആന്റ് സൺസ് എന്ന ചിത്രത്തിലെ അഭിനയത്തിന് 2017 ൽ മികച്ച സഹനടനുള്ള ഫിലിംഫെയർ അവാർഡും നേടി. ഫിലിംഫെയർ ലൈഫ് ടൈം അച്ചീവ്മെൻറ് അവാർഡിനും അദ്ദേഹം അർഹനായിരുന്നു. 1973 മുതൽ 1981 വരെയുള്ള കാലത്ത് പന്ത്രണ്ടോളം സിനിമകളിൽ ഭാര്യ നീതു സിങ്ങിനൊപ്പവും അഭിനയിച്ചു. 67ാം വയസ്സിൽ 2020 ഏപ്രിൽ 30ന് അന്തരിച്ചു.



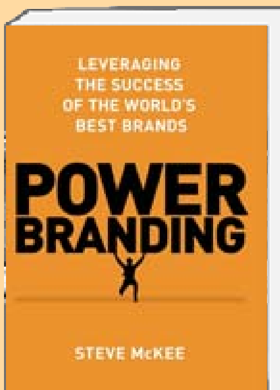
ബസു ചാറ്റർജി

ചിറ്റ്ചോർ, രജനീഗന്ധ തുടങ്ങിയ സിനിമകളിലൂടെ ആസ്വാദക ലോകത്തിന് പ്രിയങ്കരനായിരുന്നു ബസു ചാറ്റർജി. എഴുപതുകളിലും എൺപതുകളിലും വിജയം കൊയ്ത ഹിന്ദി സിനിമകളുടെ സംവിധായകനായ ബസു ചാറ്റർജി മികച്ച തിരക്കഥാകൃത്ത് കൂടിയായിരുന്നു. അതിഭാവുകത്വത്തിൽ നിന്ന് ഹിന്ദി സിനിമയെ മനുഷ്യർക്കിടയിലേക്ക് ഇറക്കിക്കൊണ്ടുവന്ന സംവിധായകൻ കൂടിയാണ് അദ്ദേഹം. കാർട്ടൂണിസ്റ്റായാണ് ജീവിതം തുടങ്ങിയത്. ഛോട്ടി സീ ബാത്, സ്വാമി, സാരാ ആകാശ്, ഏക് രുകാ ഹുവാ ഫൈസലാ, മൻസിൽ തുടങ്ങിയവയാണ് പ്രമുഖ ചിത്രങ്ങൾ. 93-ാം വയസ്സിൽ 2020 ജൂൺ 4ന് അന്തരിച്ചു.

Power Branding

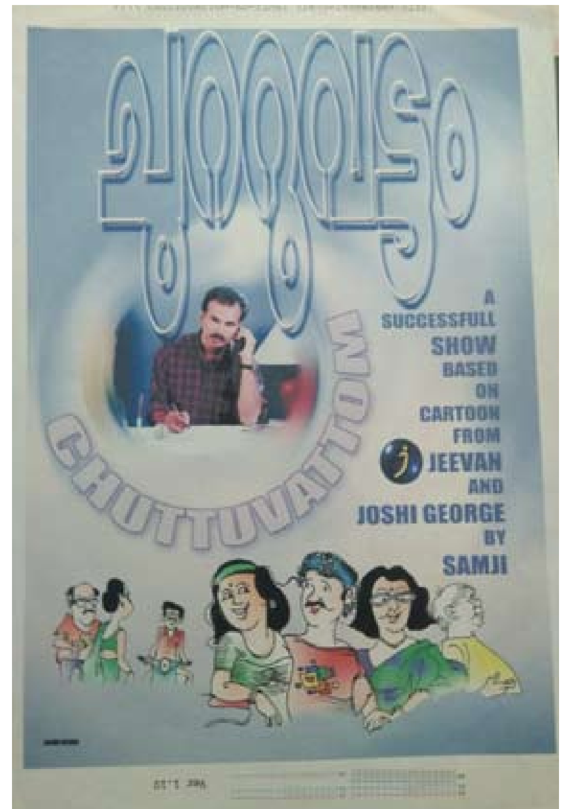
Steve McKee

പുസ്തക പരിചയം



Every one of the largest, most successful corporations were, at some point, mere start-ups. McKee explains what enables some companies to growbigger and better, while others stumble along year after year, running but never winning the race. The difference is that the biggest and best brands aren't slaves to conventional marketing wisdom. McKee shows by example how the same, sometimes counter-intuitive, strategies used by the biggest brands can also best serve small and mid-sized companies. Among the topics explored: How can a company grow big by thinking small? Why do the best companies sometimes avoid being better? Why do brands that create the most memorable advertising stay away from focus groups? What is the secret to an effective slogan? When can admitting a negative become a positive? A diverse selection of companies provides powerful lessons, ranging from traditional icons like Coca-Cola, McDonald's, and General Motors, to new media models like Google and Facebook. This book appeals not only to time- starved executives, but also to middle managers and owners of small businesses who have a wide variety of marketing problems to address and who need to change the way they think about how to generate healthy, consistent growth.

Amazon Kindle edition Rs.329/-



ശേഷം പത്ര വിശേഷം

വിസ്മയങ്ങൾ വേണ്ടുവോളം ഒരുക്കിയ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളുടെ വിടവാങ്ങലുകൾ! പത്രലോകത്തെ ഒളിയമ്പുകൾ! പത്രസ്ഥാപനങ്ങളിലെ ഇടനാഴികളിൽ രൂപം കൊണ്ട കൊടുങ്കാറ്റുകൾ! കടലാസ് യുദ്ധങ്ങൾ! ഉഗ്രപ്രതാപികളായ പത്രാധിപന്മാരുടെ വീരകഥകൾ, കുതികാൽ വെട്ടൽ, പിടിച്ചടക്കൽ, പകപോക്കൽ എല്ലാം അനാവരണം ചെയ്യുന്ന പരമ്പര.

ജീവൻ ടിവിയിലേക്ക്

തൊട്ടടുത്തുള്ള സ്ഥാപനമായ 'ജീവൻ ടിവി'യിൽ പ്രൊഡ്യൂസറായിരുന്ന എന്റെ സുഹൃത്ത് സാം ജി കെ. ഉമ്മനുമായി പലകാര്യങ്ങളും ചർച്ചചെയ്യുമായിരുന്നു. പ്രമുഖ വ്യവസായിയായ ജോയി ആലുക്ക ജീവൻ ടി.വിയിൽ എം.ഡിയായി വന്നതോടെ പല പരിഷ്ക്കാരങ്ങളും നടത്തി വരുന്ന കാലം...

വാർത്താമംഗളം വിട്ടതിനുശേഷം എനിക്ക് അല്പദിവസങ്ങൾക്കുള്ളിൽ മറ്റൊരു മറുനാടൻ പ്രസിദ്ധീകരണവുമായി സഹകരിക്കാൻ കഴിഞ്ഞു. അമേരിക്കയിലെ ഷിക്കാഗോയിൽ നിന്നാണ് പ്രസിദ്ധീകരണം ആരംഭിക്കുന്നത്. വിചിത്രമെന്നു പറയട്ടെ വാർത്താമംഗളത്തിലെ പുതിയ എഡിറ്റർ ഗോപീകൃഷ്ണനാണ് എന്റെ പേര് നിർദ്ദേശിച്ചത് 'സംഗമം ന്യൂസ് വീക്കിലി' അതിന്റെ കോ-ഓഡിനേറ്റിംഗ് എഡിറ്ററായി ഞാൻ നിയമിതനായി. പാലാരിവട്ടത്ത് ദീപിക ഓഫീസിനോട് ചേർന്നുള്ള ഒരു കെട്ടിടത്തിന്റെ ഒന്നാം നില. വളരെ പരിമിതമായ സൗകര്യങ്ങൾ. ഡി.റ്റി.പി. ജോലികളും ലേ-ഔട്ടും ചെയ്യുന്നത് തൃശ്ശൂർക്കാരൻ ജോഷ്. ദീപികയിൽ തന്നെ ജോലിചെയ്തിരുന്ന ജോയി ഫിലിപ്പുമുണ്ട്.

അക്കാലത്ത് അമേരിക്കയിൽ ഏറ്റവും കൂടുതൽ അറിയപ്പെടുന്നത്. 'മലയാളപത്രം' ആയിരുന്നു. പിന്നൊന്നുള്ളത് കേരള എക്സ്പ്രസ്. അവയെല്ലാം ടാബ്ലോയിഡ് സൈസിൽ ബ്ലാക്ക് ആന്റ് വൈറ്റിൽ ആണ് പ്രസിദ്ധീകരിച്ചിരുന്നത്. മലയാളപത്രത്തിന്റെ ആസ്ഥാനം കോട്ടയത്ത് നാഷ്ണൽ ബുക്സ്റ്റാളിനോടു ചേർന്നുള്ള ഒരു കെട്ടിടത്തിന്റെ ഒന്നാം നിലയിൽ ആയിരുന്നു. എന്നെക്കൊണ്ട് അതിന്റെ എഡിറ്റർ ശ്രീകുമാർ ഒത്തിരി ഫീച്ചറുകൾ ചെയ്യിപ്പിച്ചിട്ടുണ്ടായിരുന്നു.

ആ പ്രസിദ്ധീകരണത്തേക്കാൾ മികച്ചതാക്കണം സംഗമം എന്ന് ഞങ്ങൾ തീരുമാനിച്ചു. അതിന്റെ ഭാഗമായി കളർ പേജുകൾ കുറെ വേണമെന്ന് തീരുമാനിച്ചു. പിന്നെ കുറെയേറെ കോളങ്ങൾ തുടങ്ങി. ഇന്ത്യൻ എക്സ്പ്രസ്സിൽ സീനിയർ എഡിറ്ററായിരുന്ന സ്ക്കറിയാ മേലേടം ഓഫീസിൽ മിക്കവാറും എത്തും. കുറെജോലികൾ ചെ

യ്തു സഹായിച്ചിരുന്നു. 'ഇയ്യോബ്' എന്ന തൂലിക നാമത്തിൽ 'ചിന്താവിഷയം' എന്നൊരു പംക്തിയും കൈകാര്യം ചെയ്തിരുന്നു.

എനിക്കായിരുന്നു സിനിമ സെക്ഷന്റെ ചുമതല. ഒപ്പം വ്യക്തി വിശേഷം എന്ന ഒരു പംക്തിയും ഉണ്ടായിരുന്നു. വൈക്കം ചന്ദ്രശേഖരൻ നായരുടെ മകൻ ഗൗരിദാസൻ, എം.കെ.ദാസ്, ഡോ.ബാബുപോൾ, ലീലാമേനോൻ, കെ.എം. റോയി, ഫാ.ജോസ് കോട്ടയിൽ, ഡോ.സെബാസ്റ്റ്യൻ പോൾ, എം.പി. രാജേന്ദ്രൻ, കെ.എൽ.മോഹനവർമ്മ ഇവരൊക്കയായിരുന്നു എഴുത്തുകാർ.

വളരെ പെട്ടെന്നുതന്നെ മലയാളപത്രത്തേക്കാൾ മുന്നിലെത്താൻ 'സംഗമത്തിനു കഴിഞ്ഞു. അന്ന് ഞാൻ വരച്ചുകൊണ്ടിരുന്ന 'ചാക്കോച്ചൻ' എന്ന പോക്കറ്റ് കാർട്ടൂൺ ഏറെ ശ്രദ്ധപിടിച്ചുപറ്റിയിരുന്നു.

ഈ സമയത്ത് തൊട്ടടുത്തുള്ള സ്ഥാപനമായ 'ജീവൻ ടിവി'യിൽ പ്രൊഡ്യൂസറായിരുന്ന എന്റെ സുഹൃത്ത് സാംജി കെ. ഉമ്മനുമായി പലകാര്യങ്ങളും ചർച്ചചെയ്യുമായിരുന്നു. പ്രമുഖ വ്യവസായിയായ ജോയി ആലുക്ക ജീവൻ ടി.വിയിൽ എം.ഡിയായി വന്നതോടെ പല പരിഷ്ക്കാരങ്ങളും നടത്തിവരുന്ന കാലം, ക്രിസ്ത്യൻ ടച്ചുള്ള ലോഗോ മാറ്റി ചാനലിനെ ജനകീയമാക്കിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു.

നമുക്ക് വ്യത്യസ്തമായൊരു പരിപാടി ജീവൻ ടി.വിയിൽ അവതരിപ്പിച്ചലോ? ഇപ്പോഴാണെങ്കിൽ ഒരു സ്ലോട്ടുണ്ട് ജയരാജ് വാര്യരെക്കൊണ്ട് അവതരിപ്പിക്കാനിരുന്നതാണ്. ചില പ്രമോയും കൊടുത്തതാണ്. പ്രതിഫലകാര്യത്തിൽ തർക്കമുണ്ടായി അങ്ങനെ കിടക്കുകയാണ്. തമാശ കലർന്ന പരിപാടിയായിരിക്കണം. ആനിമേറ്ററും കാർട്ടൂണിസ്റ്റുമൊക്കെയായ സാംജി പറഞ്ഞു. അത് ആലോചിക്കാമെന്ന് ഞാനും ഏറ്റു. അതിനുമുമ്പ് 'പൊളിട്രിക്സ്' എന്ന പേരിൽ ഒരു പരിപാടി അവതരിപ്പിക്കുന്നതിന് അതിന്റെ രൂപരേഖ ഇന്ത്യാവിഷനിൽ ഞാനും സുഹൃത്ത് കെ.ബാലകൃഷ്ണനും ചേർന്ന് സമർപ്പിച്ചിരുന്നു. (അദ്ദേഹം പഴയൊരു സിനിമാക്കാരനാണ്) അത് തീരുമാനമൊന്നുമാകാതെ കിടക്കുകയായിരുന്നു. കാർട്ടൂണിസ്റ്റുകൾക്കും കാർട്ടൂണിനും പ്രാധാന്യമുള്ള ഒരു പ്രോഗ്രാം. രാഷ്ട്രീയ ആക്ഷേപ ഹാസ്യ മാസികയുടെ ഒരു വിഷ്വൽ പതിപ്പ്.





> അതുവരെ പത്രാവലോകനത്തിന്റെ ഭാഗമായി മാത്രമാണ് കാർട്ടൂണുകളെ മലയാള ടെലിവിഷൻ പ്രത്യക്ഷമാക്കിയിരുന്നത്. അതിൽനിന്ന് തികച്ചും വ്യത്യസ്തമായി അവതരിപ്പിച്ച പരിപാടിയായിരുന്നു ' ചുറ്റുവട്ടം'.

ഞാൻ പറഞ്ഞ 'പൊളിട്രിക്സ്' എന്ന പേരും ആശയവും സാംജിക്ക് നന്നേ പിടിച്ചു. എന്നെ അവതാരകനാക്കാനും നിശ്ചയിച്ചു. കാർട്ടൂണിസ്റ്റ് ബാലുവിനെക്കൂടി സഹകരിപ്പിക്കാനും തീരുമാനിച്ചു. അന്ന് ജീവൻ ടിവിയിൽ പ്രോഗ്രാം നിയന്ത്രിച്ചിരുന്നത് സനൽ പോറ്റിയായിരുന്നു.

പൊളിട്രിക്സ് മാറ്റി ചുറ്റുവട്ടം എന്ന് കൊടുക്കാം എന്നൊരു നിർദ്ദേശം സനൽപോറ്റിയുടെ ഭാഗത്തുനിന്നുണ്ടായി. കാർട്ടൂണു



സംഗമം

അഡ്വാനിയോട് എതിർപ്പ്; നേതാവ് വാജ്പേയി തന്നെ



സാംജി കെ. ഉമ്മൻ

കളുടെ രസലോകം പ്രേക്ഷകർക്ക് പകർന്നു നൽകുന്ന ചുറ്റുവട്ടം 2003ൽ അങ്ങനെ ആരംഭിച്ചു. ഓരോ എപ്പിസോഡിലും ഒരു കാർട്ടൂണിസ്റ്റിനെക്കൂടി അവതരിപ്പിച്ചിരുന്നു. ആദ്യത്തെ ഗസ്റ്റ് ബാലുതന്നെയായിരുന്നു. പിന്നീട് അറിയപ്പെടുന്ന ഒട്ടുമിക്ക കാർട്ടൂണിസ്റ്റുകളേയും ഞങ്ങൾ ഗസ്റ്റായി അവതരിപ്പിച്ചിരുന്നു. ഒരാഴ്ചക്കാലയളവിൽ സൂര്യന് താഴെ നടക്കുന്ന സഭ്യമായ എല്ലാ വിഷയങ്ങളും ചുറ്റുവട്ടത്തിൽ വിഷയമായിരുന്നു. ഓരോ വാർത്തയ്ക്കും കൗണ്ടർ അടിക്കാൻ ചുറ്റുവട്ടത്തിൽ പ്രൊഡ്യൂസറായിരുന്ന സാംജിയുടെ കഴിവ് അപാരമായിരുന്നു. എന്റെ കാർട്ടൂൺ കളക്ഷനുകളും വലിയൊരു മുതൽക്കൂട്ടായി. ഈ ആഴ്ചയിലെ വ്യക്തി എന്നൊരു ഐറ്റം ഉണ്ടായിരുന്നു. ആ വ്യക്തിയെക്കുറിച്ചുള്ള വിവരങ്ങളും അദ്ദേഹത്തിന്റെ വിവിധ രീതിയിലും ഭാവത്തിലുമുള്ള കാരിക്കേച്ചറുകളും ആണ് ആ സമയം അവതരിപ്പിച്ചിരുന്നത്. ഇതിന്റെ ശബ്ദരേഖ അതിമനോഹരമായി എഴുതിയത് സാംജിയും അതിന് ശബ്ദം കൊടുത്തത് ബാലുവുമായിരുന്നു.

അതുവരെ പത്രാവലോകനത്തിന്റെ ഭാഗമായി മാത്രമാണ് കാർട്ടൂണുകളെ മലയാള ടെലിവിഷൻ പ്രത്യക്ഷമാക്കിയിരുന്നത്. അതിൽ നിന്ന് തികച്ചും വ്യത്യസ്തമായി അവതരിപ്പിച്ച പരിപാടിയായിരുന്നു 'ചുറ്റുവട്ടം'.

അങ്ങനെ ജോയ് ആലൂക്കായുടെ നേതൃത്വത്തിൽ ജീവൻ ടിവി മുന്നേറുമ്പോൾ ഒരു ചെറിയ പ്രശ്നം. വിദേശ ഇന്ത്യാക്കാരൻ എന്ന പദവിയുള്ളവർക്ക് വാർത്തകൾ സംപ്രേക്ഷണം ചെയ്യുന്ന ചാനലിന്റെ എംഡിയാകാൻ പാടില്ലെന്ന കേന്ദ്രസർക്കാർ നിബന്ധന വന്നു. അത് മറയാക്കി അച്ചൻമാരും ബിഷപ്പും ചേർന്ന് അദ്ദേഹത്തെ ഒഴിവാക്കി എന്നതാണ് സത്യം.

പിന്നീട് ജീവന്റെ തലപ്പത്തേക്ക് വന്നയാളാണ് ബേബിമാത്യു സോമതീരം. അല്പനാളുകൾക്ക് ശേഷം സാംജി 'ജീവൻ' വിട്ടതോടെ ഞങ്ങളുടെ ചുറ്റുവട്ടവും അവസാനിച്ചു. ഇന്നോർക്കുമ്പോൾ 'പൊളിട്രിക്സ്' എന്ന പേരുതന്നെയായിരുന്നു ഞങ്ങളുടെ പരിപാടിക്ക് ചേരുന്നത്. ഇതേ പേരിൽ ഞങ്ങൾ ഇന്ത്യാവിഷനിൽ സമർപ്പിച്ച പ്രോഗ്രാമിന് അംഗീകാരം ലഭിച്ചില്ലെങ്കിലും ഞങ്ങളുടെ പൊളിട്രിക്സ് എന്ന പേര് മറ്റൊരു വിനോദ പരിപാടിക്ക് നൽകുകയും ചെയ്തു.

ചുറ്റുവട്ടം എന്ന പേരാകട്ടെ, കാർട്ടൂൺ അവലോകന പരപാടിയേക്കാൾ 'നാട്ടുവാർത്തയ്ക്ക്' ഇണങ്ങുന്ന പേരാണ്. പിൽക്കാലത്ത് ഏഷ്യാനെറ്റ് ന്യൂസ് അങ്ങനെ ചെയ്യുകയും ചെയ്തു. ●



ജോഷി ജോർജ്

joshygeorgecartoonist@gmail.com

പത്രപ്രവർത്തകനും ടി.വി. അവതാരകനും മൈൻഡ് പവ്വർ ട്രെയ്നറുമാണ് ലേഖകൻ.



മഹത് വചനങ്ങളാണ് വിളംബരങ്ങളാകുന്നത്

ലോകത്തിന്റെ നനാഭാഗത്തുള്ള മുഴുവൻ മനുഷ്യർക്കും പലതരം അവശ്യസാധനങ്ങൾ അവരിലേക്ക് എത്തിക്കാൻ തത്വസംഹിതകൾ ഉൾകൊണ്ട് പരസ്യ വാചകങ്ങൾ കണ്ടെത്തി, ഒരു ചെറു കഥയും മെനെഞ്ഞെടുത്ത്, പരസ്യങ്ങൾ നിർമ്മിച്ചെടുക്കാൻ, സാധിക്കുന്നത് തന്നെ വിജ്ഞാന കോശങ്ങളുടെ സ്വാധീനം കൊണ്ട് മാത്രമാണെന്ന തിരിച്ചറിവ് പരസ്യം കാണുന്നവർക്ക് ഉണ്ടാകില്ലെങ്കിലും ജനത്തിന് ഇഷ്ടപ്പെടുന്നതിന്റെ പ്രധാന കാരണം അവയിൽ കുറച്ച് ആത്മീയത ഉൾകൊള്ളുന്നതുകൊണ്ടാണെന്നതാണ് സത്യം.

വിജ്ഞാനപ്രദമായ വേദ ഗ്രന്ഥങ്ങളിലെ ദൈവീക വചനങ്ങളാണ് നമ്മെ നന്മയിലേക്ക് നയിക്കുന്നതും ഒപ്പം അവ ജനോപകാരപ്രദമായ വിവിധയിനം പരസ്യ വാചകങ്ങളിലോട്ട് പരസ്യകമ്പനിക്കാരായ പലരെയും കൊണ്ടെത്തിക്കുന്നതും.

നല്ല സന്ദേശങ്ങൾ ഉൾകൊണ്ട് തിരഞ്ഞെടുക്കുന്ന തലവാചകങ്ങൾ ചിട്ടപ്പെടുത്തി, അതിന്റെ ചുവട് പിടിച്ചാണ് പരസ്യ ചിത്രങ്ങളായി രൂപാന്തരം പ്രാപിക്കുന്നതും, ജനങ്ങളിൽ എത്തുന്നതും. അവയെല്ലാം നമ്മിൽ ഏറെ സ്വാധീനം ചെലുത്തുന്നതും.

വേദഗ്രന്ഥങ്ങളോടുള്ള വിശ്വാസവും, ബഹുമാനവും ആത്മീയതയും ഒത്തുചേരുമ്പോഴാണ് 'വിശ്വാസം അതല്ലെ എല്ലാം' എന്ന പരസ്യവാചകം ജന്മമെടുക്കുന്നതും. നമുക്ക് അതുപോലുള്ളവ ഉൾകൊള്ളാനാവുന്നതും.

എന്നാൽ തിരിച്ചറിവില്ലാത്തവർ, ദീർഘവീക്ഷണമില്ലാത്തവർ തലപ്പത്ത് ഇരുന്ന് നിയന്ത്രിക്കുന്നതുകൊണ്ടാണ് പല പരസ്യങ്ങളും വെളിച്ചം കാണാതെ തകിടം മറയുന്നതും. പരസ്യ കമ്പനികളെ നഷ്ടത്തിലാക്കുന്നതും. പരസ്യകമ്പനിക്കാർക്ക് പൂർണ്ണ സ്വാതന്ത്ര്യം നൽകുമ്പോൾ ഉണ്ടാകുന്ന പരസ്യചിത്രങ്ങൾ നിർമ്മാണത്തിൽ മികവ് പുലർത്തുന്നതോടൊപ്പം ഏറെ പ്രകീർത്തിക്കപ്പെടുന്നുമുണ്ട്.

ലോകത്തിന്റെ നനാഭാഗത്തുള്ള മുഴുവൻ മനുഷ്യർക്കും പലതരം അവശ്യസാധനങ്ങൾ അവരിലോട്ട് എത്തിക്കാൻ തത്വസംഹിതകൾ ഉൾകൊണ്ട് പരസ്യ വാചകങ്ങൾ കണ്ടെത്തി, ഒരു ചെറു കഥയും മെനെഞ്ഞെടുത്ത്, പരസ്യങ്ങൾ നിർമ്മിച്ചെടുക്കാൻ, സാധിക്കുന്നത് തന്നെ വിജ്ഞാനകോശങ്ങളുടെ സ്വാധീനം കൊണ്ട് മാത്രമാണെന്ന തിരിച്ചറിവ് പരസ്യം കാണുന്നവർക്ക് ഉണ്ടാകില്ലെങ്കിലും ജനത്തിന് ഇഷ്ടപ്പെടുന്നതിന്റെ പ്രധാന കാരണം അവയിൽ കുറച്ച് ആത്മീയത ഉൾകൊള്ളുന്നതുകൊണ്ടാണെന്ന സത്യം മനസ്സിലാക്കേണ്ടതുണ്ട്.

ഇവയടുത്തറിഞ്ഞ് മനസ്സിലാക്കി പറയാനും പ്രസംഗിക്കാനും പ്രവർത്തിക്കാനും അറിയാത്തവരാണ് കുറ്റങ്ങൾ മാത്രം കണ്ടെത്തി പ്രതിപക്ഷത്ത് നിന്ന് അല്പത്തരങ്ങൾ വിളമ്പി സ്വയം നാറുന്നതും. നീറുന്നതും. നാട് ഭരിക്കാൻ ഒരുങ്ങിയവർ ജനങ്ങൾക്ക് ആശ്വാസം പകരാൻ, വിശ്വാസം കൈയിലെടുക്കാൻ ഒരു പരസ്യവാചകമുണ്ടാക്കി. 'എല്ലാം ശരിയാക്കിതരാം' അത് പറയുമ്പോൾ എല്ലാം ശരിയാക്കും എന്ന അവരുടെ പ്രതിജ്ഞ നിറവേറ്റാൻ അവർക്ക് കഴിയേണ്ടതുണ്ട്.

'ഒന്നാണ് നമ്മൾ... ഭാരത മക്കൾ' എന്ന് വിളമ്പരം ചെയ്യുമ്പോൾ, സർവ്വ ശക്തനായ ദൈവം അനുഗ്രഹിച്ചേകിയ കസേരയിൽ ഇരുന്ന് നേതൃത്വത്തിന് പ്രവർത്തിക്കാനാകണം.

സർവ്വശക്തൻ കനിഞ്ഞേകിയ ധനമത്രയും സത്യത്തിന്റെ മാർഗ്ഗത്തിൽ ചെലാവാക്കണമെന്ന ധാരണയും ഉണ്ടാകണം. ഭരണകർത്താക്കൾക്ക് ആ ധനമത്രയും ഒരിക്കലും ഉപകാരപ്പെടില്ലന്നും ഈ ലോകത്ത് നിന്ന് വിട പറയുമ്പോൾ യാതൊന്നും കൊണ്ട് പോകാനാവില്ലെന്നും ഇന്ന് അവർ തിരിച്ചറിഞ്ഞ് കൊണ്ടെയിരിക്കുന്നുണ്ട്.

പാവപ്പെട്ട സഹോദരങ്ങളെ ഇവർ സംരക്ഷിച്ചില്ലെങ്കിൽ, സൃഷ്ടിച്ചവൻ തന്നെ എല്ലാ മഹാമാരികളിൽ നിന്നും നമ്മുടെ സഹാദരങ്ങളെ രക്ഷപ്പെടുത്തുമെന്ന്, നേതൃത്വത്തിന് മനസ്സിലാക്കാനാണ് അവരുടെ കൺമുന്നിലൂടെ നടക്കുന്ന ഈ വൻ പാലായനം.

ഇതിനിടയിൽ 'നാം ഒന്ന്...നമുക്കൊന്ന്' അതു മതിയെന്നെല്ലാം, പ്രചരിപ്പിക്കുമ്പോൾ നമുക്ക് സ്വയം നിയന്ത്രിച്ച് ജീവിക്കാൻ സാധിക്കണമെന്നാണ് അതിനർത്ഥം. എന്നാൽ അത് ആരെയും അടിച്ചേൽപ്പിക്കാനുള്ളതല്ലെന്നും മനസ്സിലാക്കണം നേതൃത്വം. കുടുംബത്തിനും, മക്കൾക്കും നമ്മൾ പ്രധാന്യം നൽകണം. മക്കളില്ലാത്തവരുടെ വിഷമവും നാമേവരും മനസ്സിലാക്കേണ്ടതുണ്ട്.

ഒരു വിമാന യാത്രയിൽ "Arrive In Better Shape" എന്ന് ഒരു വിമാന കമ്പനി പരസ്യവാചകത്തിലൂടെ നമ്മെ വരവേൽക്കുമ്പോൾ വളരെയേറെ സന്തോഷവാന്മാരാക്കി അവർ ലക്ഷ്യസ്ഥാനത്തേക്ക് എത്തിക്കുന്നുവെന്നതാണ് അതിനർത്ഥം. അത് നാം ഉൾകൊള്ളുമ്പോഴാണ് ആ പരസ്യ വാചകത്തിന്റെ അന്തസത്ത നമുക്ക് ഉൾകൊള്ളാൻ സാധിക്കൂ. എത്തുമ്പോൾ Shape ഉണ്ടാവില്ലെന്നല്ല അതിന് അർത്ഥം.

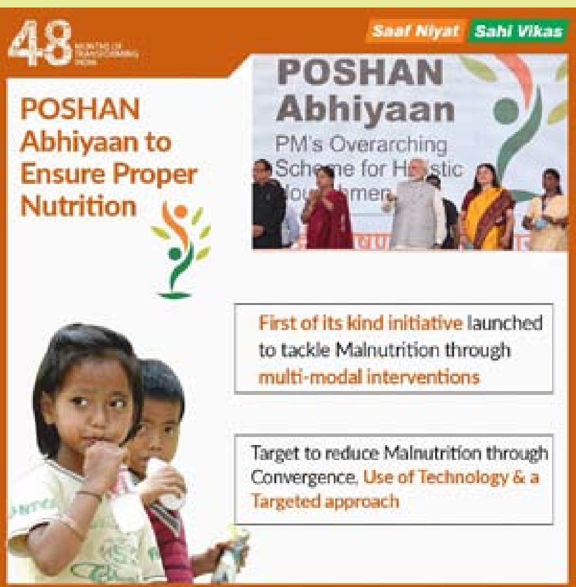
> 'എപ്പോഴും ഒരു പണതൂക്കം മുന്നിൽ' എന്ന് എഴുതി കാണിക്കുമ്പോൾ, പറയുമ്പോൾ, അളവിലും തൂക്കത്തിലും ഒരു അണു പോലും കുറവ് വരുത്തരുതെന്ന വേദഗ്രന്ഥത്തിന്റെ സ്വാധീനം അത് രചിച്ച മഹൽ വ്യക്തിക്ക് ഉണ്ടായി കാണുമെന്നത് ഇവിടെ ചേർത്ത് വായിക്കേണ്ടതാണ്.

" We go a long way to bring you quality " എന്ന ഒരു തല വാചകം ഒരു ഉൽപ്പന്നത്തിന് നൽകുമ്പോൾ അത് നന്മയുടെ പാതയിൽ സഞ്ചരിക്കുന്നവർക്കെ, മേൽ പറഞ്ഞ തത്വസംഹിതകൾ ഉൾക്കൊള്ളുന്നവർക്കെ, അങ്ങിനെ ഒരു നല്ല പരസ്യം ചിട്ടപ്പെടുത്താൻ കഴിയൂ. ആയുർവേദ ചികിത്സയും മരുന്നും ആരോഗ്യത്തിന് ഏറെ ഉത്തമമാണെന്ന് മനസ്സിലാക്കുന്നവരോടെ 'എന്റെ ആരോഗ്യത്തിന്റെ രഹസ്യം ആയുർവേദ ഔഷധങ്ങളാണെന്ന്' പറയാനാകൂ.

അനേക വർഷത്തെ പാരമ്പര്യമുള്ള കമ്പനിക്കെ 'പഴമയുടെ പൊലിമയും മഹിമയും' പറഞ്ഞറിക്കാനാവൂ. ഒപ്പം ജനങ്ങൾക്ക് ആ കമ്പനിയെ വിശ്വസിക്കാനാവൂ. കാലങ്ങൾ ഏറെ കടന്ന് പോയിട്ടും ഇന്നും നമ്മുടെ മനസ്സിൽ തങ്ങി നിൽക്കുന്ന സ്വർണ്ണ കടയുടെ പരസ്യ വാചകം വിശ്വസ്തതക്ക് ഏറെ മാറ്റ് കൂട്ടുന്നതായിരുന്നുവെന്ന് കേട്ടിട്ടുള്ളവരല്ലൊം തന്നെ ഇന്നും സമ്മതിച്ച് പോകും.

'എപ്പോഴും ഒരു പണതൂക്കം മുന്നിൽ' എന്ന് എഴുതി കാണിക്കുമ്പോൾ, പറയുമ്പോൾ, അളവിലും തൂക്കത്തിലും ഒരു അണു പോലും കുറവ് വരുത്തരുതെന്ന വേദഗ്രന്ഥത്തിന്റെ സ്വാധീനം അത് രചിച്ച മഹൽ വ്യക്തിക്ക് ഉണ്ടായി കാണുമെന്നത് ഇവിടെ ചേർത്ത് വായിക്കേണ്ടതാണ്.

നമുക്ക് ഏറെ ഉപയോഗമുള്ള, എന്നും സുരക്ഷിതമായി പ്രവർത്തിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്ന ഒരു വസ്തു









വിനോട് ഇഷ്ടം തോന്നുമ്പോൾ 'കൊള്ളാലൊ വീഡിയോൺ' എന്ന നാം സ്വയം പറയുമ്പോൾ ഉണ്ടാവുന്ന ആത്മ സംതൃപ്തി അതൊന്ന് വേറെ തന്നെയാണ്.

'വന്നല്ലൊ വനമാല' എന്ന പരസ്യവാചകം ആവർത്തിക്കുമ്പോൾ, നമ്മെ ആരോ കാത്തിരുന്നിരുന്നുവെന്ന പ്രതീതി ഉളവാക്കിയിരുന്നില്ലെ !

മാതാപിതാക്കളോട് കരുണ കാണിക്കണമെന്ന വേദവാക്യം ഉൾക്കൊണ്ട് അവരെ നാം മാറോട് ചേർത്ത് നിർത്തുമ്പോഴാണ് അവർ നമുക്കേകുന്ന സ്വർണ്ണത്തിന്റെയും, പണിത്തരങ്ങളുടെയും പ്രധാന്യത ഉൾകൊള്ളുവാനും, ഒപ്പം നമുക്ക് സന്തോഷം പകർന്നേകാൻ അവർക്ക് കഴിയുന്നുവെന്നതും തിരിച്ചറിയാനാകൂ.

എത്രയൊ പരസ്യങ്ങളാണ് നാം നമ്മുടെ മാതാപിതാക്കളെ ചേർത്ത് പിടിക്കണമെന്നും, ഒപ്പം പൊന്നോമന മക്കളെ ഓമനിക്കണമെന്നും നമ്മെ ഓർമ്മപ്പെടുത്തികൊണ്ട് കടന്ന് പോയിട്ടുള്ളത്.

Create A Dream Home... Feel the Difference... എന്ന പരസ്യവാചകം നമുക്കേകുമ്പോൾ എത്രയൊ വൃത്തിയുള്ള അന്തരീക്ഷത്തിലോട്ടാണ് ആ പരസ്യചിത്രം നമ്മെ കൊണ്ടെത്തിക്കുന്നതെന്ന് എത്ര പേർ ചിന്തിച്ച് കാണും? ഇന്ന് ഈ അവസരത്തിൽ കൊറോണയും ചിലരെ അകറ്റി നിർത്തിയെങ്കിലും നല്ല വൃത്തിയുള്ള അന്തരീക്ഷം സൃഷ്ടിച്ച് കുടുംബത്തോടൊപ്പം കഴിയാൻ നമ്മെ പ്രാപ്തരാക്കിയെന്നതും ഇവിടെ എടുത്ത് പറയേണ്ടതാണ്.

വിരലിൽ എണ്ണിയാൽ തീരാത്ത എത്രയൊ Captions ആണ് ഇതിനകം Kovid 19 ന് വേണ്ടി പിറവിയെടുത്തതും. സന്മാർഗ്ഗമേകി നേരായ പാത തുറന്ന് കാട്ടി, തെറ്റുകളിൽ നിന്ന് പിൻതിരിപ്പിച്ച് നമ്മെ നയിക്കുകയാണ് ഇന്ന് ഈ മഹാമാരി.

ഉർവ്വശി ശാപം ഉപകാരം എന്ന് പറയുന്നുണ്ടെങ്കിലും, മക്കളെയും പേരക്കിടാങ്ങളെയും അടുത്തറിയാൻ ഈ മഹാമാരി വരേണ്ടി വന്നത് ഏറെ സങ്കടകരമാണ്. എന്തായാലും, എന്ത് രോഗമായാലും അതിൽ നിന്നെല്ലാം രക്ഷ നേടാനായി, ആയുരാരോഗ്യ സൗഖ്യത്തിനായി, സമാധാനത്തിനായി, സന്തോഷത്തിനായി, നമുക്ക് ഒത്തൊരുമിച്ച് പ്രവർത്തിക്കാം. പ്രാർത്ഥിക്കാം.

Use Liquid Soap... Wash Hands... Keep Distance... എന്നിങ്ങനെ പ്രചരിപ്പിക്കുമ്പോൾ സൂക്ഷിച്ചില്ലെങ്കിൽ ആ മഹാമാരി നമ്മിൽ ഇടിച്ച് കേറുമെന്ന ചിന്തവേണം. ഒന്നും നിസ്സാരമായി കാണുകയുമരുത്. നമ്മുടെ രക്ഷക്കായി അധികാരികളെ നാം അനുസരിക്കണം.

കുടിവെള്ളത്തിൽ നിന്നാണ് നമ്മിൽ പലപ്പോഴും മാറാരോഗങ്ങൾ, പകർച്ചവ്യാധികൾ വന്നെത്തുന്നത്. 42 ലക്ഷം പേർ കുടിക്കുന്ന പെരിയാർ നദിയിലെ കുടി വെള്ളത്തിൽ മനുഷ്യവിസർജ്യവും മറ്റു മാലിന്യങ്ങളും നിറക്കുന്നവരോട് "Save Water... Save life" എന്ന് പലതവണ പറയുമ്പോഴും അത് കാണുന്നവർക്കും കേൾക്കുന്നവർക്കും ഉൾകൊള്ളാനാവാത്തത് പരസ്യത്തിന്റെയൊ ബോധവൽക്കരണത്തിന്റെയൊ പിഴവൊന്നുമല്ല. ഒരു വിഭാഗം ജനങ്ങൾക്ക് വൃത്തിയും, തിരിച്ചറിവില്ലാത്തതു കൊണ്ടുമാണ്.

'വെള്ളം വെള്ളം സർവ്വത്ര, തുള്ളി കുടിപ്പാനില്ലത്രെ' എന്ന് പരസ്യ കമ്പനികൾ പറയേണ്ടി വരുന്നതും അതുകൊണ്ടാണ്.

എന്നോട് ഇത് പറയാൻ നീ ആരാണെന്ന വിദ്യാസമ്പന്നരുടെ കാഴ്ചപ്പാടും അഹങ്കാരവുമാണ് ഇതിന്റെയൊക്കെ പിന്നിലെ കാരണങ്ങളെന്ന് ഇത്തരുണത്തിൽ ഇവിടെ ഓർമ്മപ്പെടുത്താതെ വയ്യ.

സാധാരണക്കാരോടൊപ്പം VVIPകളടക്കം കുടിക്കുന്ന വെള്ളം മലിനപ്പെടുത്തുമ്പോൾ, എത്രയൊ

കമ്പനികളാണ് ബോധവൽക്കരണ പരിപാടികൾ സംഘടിപ്പിക്കുന്നത്. എന്നിട്ട് അവ ഫലം കാണാതെ പോകുന്നത് ഏറെ ദു:ഖകരമാണ്.

തത്വസംഹിതകൾ, നല്ല സന്ദേശങ്ങൾ, എന്നിവ ഉൾകൊള്ളാനാവാത്തവർ നാടെങ്ങും നിറയുമ്പോൾ ആരെയാണ് നാം ഇവിടെ കുറ്റപ്പെടുത്തേണ്ടത് ?

പരസ്യകമ്പനി അണിയിച്ചൊരുക്കുന്ന ചിത്രത്തിനും, പരസ്യ വാചകത്തിനും ഒരു പിൻബലവും, പ്രശസ്തിയും ലഭിക്കണമെങ്കിൽ ഒരു ഉത്തമ സമൂഹവും നിർമ്മാണകമ്പനികളും വിതരണക്കാരും നല്ല ഉപഭോക്താക്കളും ഉണ്ടാകേണ്ടതുണ്ട്.

20 വർഷമായി ഒരു നല്ല ഫാക്ടറി പോലും ഉണ്ടാക്കാനാവാത്ത കേരളം, പിടിച്ച് നിൽക്കുമെന്നും, തിരിച്ച് പിടിക്കും, അതിജീവിക്കുമെന്നൊക്കെ എല്ലാവരും ഒരെ സ്വരത്തിൽ പറയുമ്പോൾ, 90% ഇത് ഒരു കൺസ്യൂമർ മാർക്കറ്റാണെന്നും അവിടെ പരസ്യ കമ്പനികൾക്ക് ഏറെ പ്രധാന്യമുണ്ടെന്നുമുള്ള കാര്യം തള്ളികളയാനാവില്ല.

പരസ്യം ചെയ്തും വിദേശ പണം ലഭിച്ചും ഉന്നതിയിലെത്തിയവർക്ക് ഇപ്പോൾ പരസ്യമെന്നൊക്കെ പറഞ്ഞാൽ പുച്ഛമാണ്. പരസ്യത്തിന്റെ കുറവു കൊണ്ടാണ് ഇന്ന് ബിസിനസ്സ് മേഖലയിൽ മാന്ദ്യം സംഭവിച്ചെതെന്ന സത്യം മനസ്സിലാക്കാനും പലരും തയ്യാറല്ല. പരസ്യം കൊണ്ട് ഒരു ഗുണവുമില്ലെന്ന് പറയുന്നവരെയാണ് ഈ മാന്ദ്യം ഇന്ന് ഏറെ ബാധിച്ചിരിക്കുന്നതും.

പരസ്യം വളരെ അത്യാവശ്യമാണെന്നും ഇതൊരു കൺസ്യൂമർ മാർക്കെറ്റ് എന്ന ചിന്തയിൽ നിന്നുമാണ് 'തീപ്പെട്ടി വാങ്ങിക്കേണ്ടതില്ല മെഡിമിക്സ് വാങ്ങൂ. എന്ന പരസ്യ വാചകവും, ചിത്രവും ഒരു പ്രധാന പരസ്യ കമ്പനിയിൽ നിന്ന് രൂപാന്തരം പ്രാപിച്ചതും. ഒഴിച്ചു കൂടാനാവാത്ത ഒരു നിത്യോപയോഗ സാധനം അതോടൊപ്പം തികച്ചും സൗജന്യമായി ജനങ്ങൾക്ക് ലഭിക്കുന്നുവെന്നതാണ് അവിടെ കമ്പനി അർത്ഥമാക്കുന്നതും. ഒപ്പം തീപ്പെട്ടിയുടെ പ്രധാന്യവും എടുത്ത് കാട്ടുന്നുണ്ടിവിടെ.

ഒരിക്കൽ എന്റെ മാതാവ് മൂന്ന് തീപ്പെട്ടി കമ്പനികൾ ഒരെ സമയം നടത്തിയിരുന്ന കോമുവിനായി രണ്ട് വരി പാടിയതോർക്കുന്നു.

'തീപ്പെട്ടി പണ്ടില്ലതിനാൽ ജനങ്ങൾക്കേർപ്പെട്ട കഷ്ടം പറയാവതല്ല. ഇപ്പോളതിൻ മാതിരിയൊന്നുമില്ല. തീപ്പെട്ടിയില്ലാത്തൊരു വീടുമില്ല. കോലൊന്ന് ഉരച്ചാൽ ചെറുതായ മിന്നൽ പോലങ്ങ് മിന്നി അത് തീ പിടിക്കും.'

ഇത് പറയാൻ കാരണം അന്ന് തീപ്പെട്ടി ഒരു അത്ഭുതവസ്തുവും വീട്ടിലെ ഒരു പ്രാധാനിയുമായിരുന്നു. ഞങ്ങൾ മക്കൾ പരിഭവങ്ങൾ നിരത്തി ഹലീമക്കടുത്ത് ചെല്ലുമ്പോൾ ഒരു തീപ്പെട്ടിയില്ലാത്തതു കൊണ്ട് കഷ്ടപ്പെട്ടവരെക്കുറിച്ച് ഈ ഒരു പാട്ടിലൂടെ ഞങ്ങൾ മക്കളെ ഓർമ്മപ്പെടുത്തുകയായിരുന്നു പ്രിയ മാതാവ് ഹലീമ കോമു.

പിന്നീട് പലതും ഈ കൺസ്യൂമർ മാർക്കറ്റിൽ ഇടം പിടിച്ചപ്പോൾ "Creations for Generations എന്ന് പറഞ്ഞതും പുതു തലമുറക്ക് വേണ്ടിയായിരുന്നു. പുതുതലമുറയെക്കുറിച്ച് ചിന്തിക്കുന്ന സ്വർണ്ണക്കടയുടെതായിരുന്നു ആ പരസ്യ വാചകം.

ഇന്ന് നാം ഏറെ വേവലാതിപ്പെടുന്നത് പുതതലമുറയെക്കുറിച്ചാണുതാനും. അവർക്ക് നൽകേണ്ട സ്വർണ്ണത്തെക്കുറിച്ചുമാണ് നമ്മുടെയൊക്കെ വേവലാതി. അതുകൊണ്ട് തന്നെ എത്രയൊ നല്ല ഉൽപ്പന്നങ്ങളാണ് പരസ്യം വഴി അവരിലോട്ട് എത്തിക്കാനാവുന്നതും.

'മഴ വന്നാൽ പോപ്പി കുട' എന്ന് കുട്ടികൾക്കായി പാടുമ്പോൾ, മഴയും കുടയും, സ്കൂളും, കുട്ടികളും നമ്മുടെ മനസ്സിൽ ഓടിയെത്തുന്നതോടൊപ്പം കുഞ്ഞുങ്ങളെ താലോലിച്ച് ഓമനിച്ച് ചേർത്ത് നിർത്താൻ ഈ പരസ്യവാചകം നമ്മെ സ്വാധീനിക്കുന്നില്ലെ !

ഗതാഗത നിയമങ്ങൾ പാലിക്കാത്ത അവിശ്വാസികളും യുക്തിവാദികളും വേദഗ്രന്ഥങ്ങൾ ഉൾക്കൊള്ളാൻ തയ്യാറില്ലെങ്കിലും ഒരു അച്ചടക്കം പാലിച്ച് മാന്യത കാട്ടി യാത്ര ചെയ്യാൻ അവർ



തയ്യാറാവേണ്ടതല്ലേ? യുക്തിവാദികൾക്ക് എന്തു മാകാമെന്നുണ്ടെങ്കിലും ഗതാഗത നിയമങ്ങൾ പാലിക്കേണ്ടതല്ലേ? അതിനായി വേദഗ്രന്ഥ ങ്ങളിലെ നന്മയാം വചനങ്ങൾ ഉൾകൊള്ളാനാ വുന്നില്ലെങ്കിലും സ്വയം നിയന്ത്രിച്ച് അപ കടങ്ങൾ ഒഴിവാക്കുന്നതിലെന്താണ് തെറ്റ് ?

എത്രയൊ Road Safety and Security, Slogans ആണ് നമ്മെ ഓർമ്മപ്പെടുത്തികൊണ്ട് ജീവിതത്തോട് ചേർന്ന് നിൽക്കുന്നത്.

Share Your Road എന്ന കാണുമ്പോൾ ഉള്ളത് ഇല്ലാത്തവന് ഒരുക്കി കൊടുക്കാനും നമ്മെ ഓർമ്മ പ്പെടുത്തുന്നുണ്ടിവിടെ

Be Late than Never ...

Reduce Speed ... Avoid Accidents...

Stop Accident before they Stop You

Speed thrills... But kills

ഇവയിലെല്ലാം മതതത്വസംഹിതകളുടെ സ്വാ ധീനമുണ്ടെന്ന് കരുതി ഇവയെല്ലാം യുക്തിവാ ദികൾ, അവിശ്വാസികളും, ഉൾകൊള്ളാതിരിക്കു ന്നതിൽ കഴമ്പില്ല.

മതവിശ്വാസികളായാലും ചിലർ റോഡിൽ ഇറങ്ങിയാൽ പിന്നെ ആദർശമെല്ലാം കാറ്റിൽ പറത്തുന്നു. എന്നോടാരാണ് ചോദിക്കാൻ എന്ന ചിന്ത പാടില്ല.

'അമിത വേഗം ആപത്തിനെ വിളിച്ച് വരുത്തും' 'ഒരിക്കലും എത്താത്തതിനേക്കാൾ നല്ലത്, വൈകി യെത്തുന്നതാണ്.'

'കുടുംബം നമ്മെ കാത്തിരിക്കുന്നു'

തുടങ്ങിയ സ്ലോഗനുകൾ എല്ലാവർക്കും ബാധകമാണ്.

പ്രകൃതി നമ്മുടെ ഭവനമാണ്, ആ വീട്ടിൽ കടന്ന്, തീകൊടുക്കുന്നത് മണ്ടത്തരമല്ലെ! പ്രകൃതി യെ സംരക്ഷിച്ചാലെ നമുക്ക് വിഭവ സമൃദ്ധമായി ഭക്ഷണം കഴിക്കാനാവൂ എന്ന് കൊച്ചു കുട്ടികൾ വരെ ബോധവാന്മാരായിട്ടും ബുദ്ധിയുള്ള മുതിർന്നവരും വിദ്യാസമ്പന്നരുമാണ് പ്രകൃതിയെ കൂടുതൽ ദ്രോഹിക്കുന്നത്. 'ഒരു മരം പത്തു മക്കൾക്ക് തുല്ല്യ'മെന്ന് നമ്മുടെ പൂർവ്വികന്മാർ പ റഞ്ഞ് പഠിപ്പിച്ചതും അതുകൊണ്ടാണ്.



ഒരു നെന്മണി സൃഷ്ടിക്കപ്പെടുന്നത് ഒരാൾക്ക് വേണ്ടിയാണ്. അതിൽ അയാളുടെ പേര് രേഖ പ്പെടുത്തി കാണുമെന്നാണ് വിശ്വാസം. മറ്റുള്ളവർക്ക് അതിൽ ഒരു അവകാശവുമില്ലെന്ന് മാത്രമല്ല, അത് പ്രകൃതി ഒരാൾക്കായി നിശ്ചയിരിക്കുന്ന താണെന്നും അത് അവന് തന്നെ ലഭിച്ചിരിക്കു മെന്നുമാണ് കല്പന. പ്രകൃതി നാം ഓരോരു ത്തരോടും അത്രയെറെ അടുത്തിരിക്കുന്നുവെന്നതും മനസ്സിലാക്കാതെ പോകരുതെന്ന് സാരം.

വീട്ടിൽ മുണ്ട് ഉടുക്കാറില്ലെന്ന് ഒരാൾ പറ ഞ്ഞാൽ, അയാൾ നഗ്നനാണെന്ന് കരുതരുത്. പൈജാമയൊ, കമ്മീസൊ പാൻസൊ, ആയിരി ക്കും അയാൾ ധരിക്കുന്നതെന്ന് ചിന്തിക്കാനാ വണമെന്നർത്ഥം. ഉറക്കത്തിൽ പലപ്പോഴും മുണ്ട് ഉരിഞ്ഞ് പോയേക്കാം. അതുകൊണ്ട് പൈജാമ ഒരു ശീലമാക്കൂ, പിന്നെ നിങ്ങൾ നാണം കെടേണ്ടി വരില്ലെന്ന് ധ്വനി. അത് ഒരു പരസ്യ വാചക മാക്കാം.

'കുഞ്ഞല്ലെ കുഞ്ഞിന്നണിയാൻ പൊന്നിൽ തീർ ത്തൊരു അരഞ്ഞാണം, കുഞ്ഞിപ്പെണ്ണല്ലെ കുറുമ്പി പ്പെണ്ണല്ലെ, പെണ്ണിനു ചാർത്താൻ 916., എന്ന Gingle ആലപിക്കുമ്പോൾ കുഞ്ഞിനും അമ്മയ്ക്കും ഏറെ ഇഷ്ടമുള്ള സ്വർണ്ണ പതക്കങ്ങൾ, പണിത്തരങ്ങൾ, നമ്മുടെ മനസ്സിലോട്ടങ്ങ് ഓടിയെത്തുന്നത് എത്ര പെ ട്ടെന്നാണെന്ന് ഓർക്കണം.

ഒരു പിടി ഭിന്നശേഷിക്കാരായ കുഞ്ഞുങ്ങളുണ്ടീ നാട്ടിൽ. അവർക്കായി 296 സ്കൂളുകളുണ്ടിവിടെ. ആയിരക്കണക്കിന് വൃദ്ധന്മാരും നൂറുകണക്കിന് വൃദ്ധസദനങ്ങളും അനാഥാലയങ്ങളും നിറഞ്ഞ താണ് നമ്മുടെ കേരളം. 'Your one rupee will save one life' എന്ന് പറഞ്ഞത്, അനാഥരായ നമ്മുടെ സഹോദരങ്ങൾക്ക് വേണ്ടിയാണ്. പല തുള്ളി പെരു വെള്ളം എന്നർത്ഥം.

Laughter Club ൽ ചിരിയരങ്ങ് ഒരുങ്ങുന്നതും ആരംഭിക്കുന്നതും Clapping ൽ നിന്നാണ്. കൈയ്യ ടിച്ച് ചിരിക്കുമ്പോൾ ഒരു ആത്മവിശ്വാസം ഉടലെ ടുക്കും, ശരീരിക സുഖവും.

'പട്ടിണിയിലകപ്പെട്ട കുഞ്ഞ് കാൺകെ ഒരു പഴ തൊലി പോലും വലിച്ചെറിയരുതെന്നും, അത് പാപമാണെന്നുമുള്ള പ്രവാചക വചനങ്ങൾ വകവെ ക്കാതെ യുക്തി പറയുന്നവർ ഏറെയാണിവിടെ. അത് ദൈവം നോക്കി കൊള്ളും എന്നതാണ് അവ രുടെ ഭാഷ്യം. ഭക്ഷണം കഴിക്കാതെ നടന്ന് ദൈവം എന്റെ വായിൽ കൊണ്ട് വന്ന് വെക്കട്ടെയെന്ന് പ റയുന്നവരാണവർ. 'save food to share to someone' എന്ന് പറഞ്ഞാൽ മനസ്സിലാകാത്തതും അവർക്കാണ്. ഒന്നും ഉൾകൊള്ളാനാവാത്തതും.

തത്വസംഹിതകളിൽ നിന്ന് മെനെഞ്ഞെടുത്ത പരസ്യ വാചകങ്ങൾ, വിളംബരങ്ങൾ, ബോധവൽക്ക രണ പരിപാടികൾ, പ്രവചനങ്ങൾ, എന്നിവ ഇവർക്കൊ ക്കെ സ്വീകരിക്കാനാവാത്തതും അതുകൊണ്ടാണ്.

'കൂടെയില്ലാ ജനിക്കുന്ന നേരത്ത് കൂടെയില്ലാ മരിക്കുന്ന നേരത്തും മദ്ധ്യേയിങ്ങനെ കാണുന്ന നേരത്ത് കലഹിക്കുന്നതെന്തിന് നാം വൃഥാ' എന്ന് ഓർമ്മപ്പെടുത്തിയത് വെറുതെയൊന്നുമല്ലല്ലൊ. എന്നി ട്ടാണ് നാം നമ്മുടെ സഹോദരങ്ങളോട് കരുണ കാണിക്കാത്തതും അവരെ ഉപദ്രവിക്കുന്നതും.

ചിന്തിക്കുന്നവർക്ക് ദൃഷ്ടാന്തമുണ്ട്.

ഒന്നും നമ്മുടെ അധീനതയിലല്ലെന്നും ഒന്നും നമുക്ക് അഹങ്കരിക്കാനുള്ളതല്ലെന്നും പഠിപ്പിച്ചിടത്ത് നിന്നാണ് ഈ തത്വസംഹിതകളത്രയും വിളംബരങ്ങളായി രൂപാന്തരപ്പെട്ടതും നമ്മിൽ ഏറെ സ്വാധീനമുണ്ടാക്കിയതെന്നും വിശ്വസിക്കാനാണ് എനിക്കിഷ്ടം.

കാരണം നമ്മെ നാമായി നന്മയിലോട്ട് എത്തിക്കാനും നല്ലവ തിരിച്ചറിയാനും തലവാചകങ്ങളുടെ പിൻബലമുണ്ടെന്നും അവ പരസ്യപ്പെടുത്തുന്നതിൽ പരസ്യ കമ്പനികൾക്ക് ഏറെ പങ്കുണ്ടെന്നും നമുക്ക് വിശ്വസിക്കാതിരിക്കാൻ തരമില്ലല്ലോ.

പരസ്യമാണ് ഈ കൺസ്യൂമർ മാർക്കറ്റിനെ തന്നെ നിലനിർത്തുന്നതിന്റെ പ്രധാന ഘടകം. അതിന്റെ ചിത്രീകരണത്തിനും അതിലെ പങ്കാളികളുടെയും പ്രവർത്തകരുടെയും സാന്നിദ്ധ്യം ഇവിടെ എടുത്ത് പറയേണ്ടതാണ്.

'സഹി പോക്ഷൺ സെ ബേട്ടി ബജാവൊ' എന്നൊക്കെ ഉച്ചത്തിൽ പറയാൻ പരസ്യ കമ്പനികളുടെ സഹായം തേടുമ്പോൾ അവരെ പൊന്നു പോലെ സംരക്ഷിച്ച് പരിപാലിച്ച് രക്ഷിക്കാനാവണം.

ഒന്ന് മറ്റൊന്നിനോട് ചേർന്ന് നിൽക്കുന്ന തത്വസംഹിതകളിൽ നിന്നാണ് വിളംബരങ്ങൾ ഉണ്ടാക്കേണ്ടതെന്നും അവ സത്യസന്ധമാണെന്നും നേട്ടത്തിനാണെന്നും നന്മയുള്ളതാണെന്നും ജനങ്ങൾക്ക് വിശ്വസിക്കാനാവുന്ന വിധമായിരിക്കണം സന്ദേശങ്ങളും പരസ്യവും പ്രചരണങ്ങളും ഉണ്ടാവേണ്ടത്.

ഒരു Perfect Partner എന്നു പ്രചരിപ്പിച്ച് പണത്തിന് മുൻതൂക്കം കൊടുക്കുന്നവർ കുടുംബത്തെയും കൂടുമ്പോൾ ഇമ്പമുള്ളതാണ് കുടുംബമെന്നും ഒരു തുണയും ഇണയും നമുക്കാവശ്യമെന്ന വേദവാക്യങ്ങളും എല്ലാവരെയും ഓർമ്മപ്പെടുത്തേണ്ടിയിരിക്കുന്നു.

ഓർമ്മക്കുറവുള്ള അപ്പൂപ്പൻ, എന്റെ കണ്ണടകണ്ടൊ മോളെ, എന്ന് കൊച്ചു മകളോട് ചോദിക്കുമ്പോൾ, കണ്ണടയല്ലെ അപ്പൂപ്പാ മുഖത്തിരിക്കുന്നെ എന്ന് പറഞ്ഞ് ഓർമ്മപ്പെടുത്തുമ്പോൾ ആയുർവേദ മരുന്ന് പ്രായമായവരെ മറവി രോഗത്തിൽ നിന്ന് സംരക്ഷിക്കുമെന്ന് അവകാശപ്പെടുന്നതോടൊപ്പം പ്രായമായ മാതാപിതാക്കളെ പരിപാലിക്കാൻ സമയം കണ്ടെത്തുന്ന കുഞ്ഞുമോളുടെ പ്രതിബദ്ധതയും ഇവിടെ വിളിച്ചോതുന്നു. ഒപ്പം മാതാപിതാക്കളുടെ കാൽചുവട്ടിലാണ് നമ്മുടെ സ്വർഗ്ഗമെന്ന വേദവാക്യവും ഓർമ്മപ്പെടുത്തുന്നു.

പുകവലി ആരോഗ്യത്തിന് ഹാനികരം, വലിയ വില കൊടുക്കേണ്ടി വരുമെന്ന് പറയുമ്പോഴും 'കാജാ എന്റെ രാജാ ' എന്നു പറഞ്ഞ് കാജാ ബീഡിയും for men of action, satisfaction എന്ന വാചകത്തിലാണ് പലരും സിഗരറ്റും വാങ്ങി വലിക്കുന്നതും. എന്നാൽ സിഗരറ്റിനും ചികിത്സക്കും ഒപ്പം വലിക്കുന്നത് കണ്ടാൽ പിഴയുമായി വൻതുക വരുമെന്നറിഞ്ഞിട്ടും ആഞ്ഞ് വലിച്ച് വിടുന്നത് ബോധവൽക്കണത്തിന്റെ കുറവല്ല. എല്ലാറ്റിനും സൃഷ്ടാവിനെ കുറ്റപ്പെടുത്തുന്ന യുക്തിയുടെ പിശകാണ്.

'കലണ്ടർ മനോരമ തന്നെ' എന്ന പരസ്യവാചകം എല്ലായിടത്തും എത്തിയതും സ്വീകരിച്ചതും ആ പത്രത്തിന്റെ പാരമ്പര്യതനിമയാലാണ്. 'യഥാർത്ഥ പത്രത്തിന്റെ ശക്തി' എന്ന് പറയാനായതും പത്രം സുപരിചിതമായതുകൊണ്ടാണ്.

പരസ്യത്തിനോടൊപ്പം ആത്മാർത്ഥമായി പ്രവർത്തിക്കുന്നവർക്ക് ആ വിശ്വാസ്യത നിലനിർത്താനാകും. അതാണ് വിശ്വസ്ത സ്ഥാപനമെന്നും, വിശ്വാസം അതല്ലെ എല്ലാമെന്നും, വീണ്ടും വീണ്ടും പറയുമ്പോൾ ജനം കൈനീട്ടി സ്വീകരിച്ചതും. ബോധവൽക്കണ പരിപാടികളെ തള്ളി പറയുന്നവർക്കാണ് 'ലഹരി നമ്മെ മാത്രമല്ല നമ്മുടെ കുടുംബത്തെയും നശിപ്പിക്കുമെന്ന്' എത്ര പറഞ്ഞിട്ടും മനസ്സിലാകാത്തതും, വിശ്വസിക്കാനാവാത്തതും. അവരാണ് യുക്തി പറയുന്നതും.

ഒന്ന് മറ്റൊന്നിനോട് ചേർന്ന് നിൽക്കുന്ന തത്വസംഹിതകളിൽ നിന്നാണ് വിളംബരങ്ങൾ ഉണ്ടാക്കേണ്ടതെന്നും അവ സത്യസന്ധമാണെന്നും നേട്ടത്തിനാണെന്നും നന്മയുള്ളതാണെന്നും ജനങ്ങൾക്ക് വിശ്വസിക്കാനാവുന്ന വിധമായിരിക്കണം സന്ദേശങ്ങളും പരസ്യവും പ്രചരണങ്ങളും ഉണ്ടാവേണ്ടത്.

മനുഷ്യർക്ക് അടിസ്ഥാനപരമായ ജീവിത ശൈലിയും പെരുമാറ്റ ചട്ടങ്ങളും ഉണ്ടായതുകൊണ്ടുമാണ് 'നീ എന്നെ കണ്ട് പഠിക്ക്., ഞാൻ KS കാലിത്തീറ്റയല്ലെ പശുവിന് കൊടുക്കുന്നെ' എന്ന പരസ്യ വാചകം നമുക്ക് നൽകാനായതും അവർക്ക് അത് തറപ്പിച്ച് പറയാനായതും.

പ്രകീർത്തനങ്ങളിലും പ്രസംഗങ്ങളിലുമല്ല കാര്യം പ്രവർത്തിയിലാണെന്ന സത്യം ഇപ്പോഴും നാടിൻ നായകർ തിരിച്ചറിയാതെ പോകുന്നു. അന്തിയോളം നനച്ച് അന്തിയാകുമ്പോൾ കുട മുടക്കുന്നവർക്ക്, പറഞ്ഞത് പ്രവർത്തിക്കാതെ വാചകമടിക്കുന്നവർക്ക് Share for All എന്ന വാചകത്തിന്റെ അർത്ഥം മനസ്സിലാകത്തില്ല .

ഒരു കാര്യത്തിനായി നാം ഇറങ്ങി പുറപ്പെട്ടാൽ മുന്നോട്ട് വച്ച കാൽ പുറകിലോട്ട് വലിച്ച്, ആത്മവിശ്വാസം നഷ്ടപ്പെടുത്തരുതെന്ന് പഠിപ്പിച്ച എന്റെ പ്രിയ പിതാവ് കോമുവിന്റെ വാക്കുകൾ ഇത്തരുണത്തിൽ സ്മരിച്ചുകൊണ്ട്, കോമുസൺസിന്റെ പരസ്യവാചകം നിങ്ങൾക്കായി സമർപ്പിക്കുന്നു.

KOMUSONS to create... to produce... to promote...



ആസിഫ് അലി കോമു
മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടർ
കോമു സൺസ് പ്രൊഡക്ഷൻസ്

സ്വരൂപം



ജോഷി ജോർജ്
joshygeorgecartoonist@gmail.com

ഒരു സോഷ്യലിസ്റ്റ് മണിനാദം

അച്ഛനിൽനിന്ന് തരപ്പെട്ട വമ്പിച്ച സ്വത്തും അതിനേക്കാൾ പെരുത്ത സോഷ്യലിസ്റ്റ് ആശയങ്ങളും തലയിലേറ്റി വയനാട്ടിലെ കാപ്പിത്തോട്ടത്തിൽ നിന്നും നമ്മുടെ രാഷ്ട്രീയ സാംസ്ക്കാരിക മേഖലകളിലേക്ക് ഉദിച്ചുയർന്ന 'വീര'നായിരുന്നു വീരേന്ദ്രകുമാർ.

മാതൃഭാഷ കന്നട. ഉന്നതവിദ്യ നേടിയത് മദിരാശിയിൽനിന്ന്. പിന്നെ അമേരിക്കയിലെ സിൻസിനാറ്റിയിൽ നിന്ന് എം.ബി.എ. എന്നിട്ടും നേരിട്ട് ബിസിനസ്സിലേക്ക് കടക്കാതെ സാഹിത്യവും രാഷ്ട്രീയവും പത്രപ്രവർത്തനവും കൊണ്ട് ബിസിനസ്സു പിടിച്ചു. സ്ഥലത്തെ പ്രധാന ദിവ്യന്മാരെ സമന്വയത്തിന്റെ വസന്തവും ഗാട്ടിന്റെ കാണാച്ചരടും രാമന്റെ ദു:ഖവും എന്തെന്ന് പറഞ്ഞുകൊടുത്ത മനുജൻ. കേന്ദ്രമന്ത്രി, കേരളമന്ത്രി, മാതൃഭൂമിയുടെ മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടർ, സോഷ്യലിസ്റ്റ് ചിന്തകൻ.

കേരളത്തിൽ മന്ത്രിയായപ്പോൾ മരം മുറിക്കരുതെന്ന അന്ത്യശാസന കൊടുത്ത പരിസ്ഥിതി പ്രേമിക്ക് 48 മണിക്കൂറിനുള്ളിൽ മന്ത്രിപദവി നഷ്ടമായെങ്കിലും ഒരിക്കലും എം.പി.സ്ഥാനം കളയാൻ ഈ ജന്മത്തിൽ ആരേക്കൊണ്ടും കഴിയില്ല. മാതൃഭൂമിയെ സംബന്ധിച്ച് അതിന്റെ മുഖ്യ പത്രാധിപരായി വീരൻജി വന്നിരുന്നെങ്കിൽ...! എങ്കിൽ മാതൃഭൂമിയുടേയും ഇദ്ദേഹത്തിന്റേയും ഗതി വേറൊന്നാകുമായിരുന്നെന്ന് വിവേകികൾ വിളിച്ചു പറയുന്നു.

എന്തായാലും അദ്ദേഹത്തിന്റെ വേർപാടിൽ ഞങ്ങളും ദു:ഖിക്കുന്നു. ●

'രുദ്രൻ'
ഡൊണാൾഡ് ജോൺ ട്രമ്പ്

അങ്ങ് അമേരിക്കാവിലെ മൂത്ത പുള്ളി രുദ്രൻ ഡൊണാൾഡ് ജോൺ ട്രമ്പ് 21-ാം നൂറ്റാണ്ടിലെ ജോക്കറാണോ കൊറോണാ പ്രൊമോട്ടറാണോ എന്ന സംശയത്തിലാണ് ഇപ്പോൾ ചീനക്കാർ പോലും. നമ്മുടെ നാട്ടിലെ പഞ്ചായത്തു പ്രസിഡന്റായി വാർഡുകൾ ചുറ്റാൻ പോലും യോഗ്യതയില്ലാത്തവണ്ണം കക്ഷി നിലംപൊത്തി. എന്നിട്ടും വേദാന്തത്തിനും സഹസ്രനാമത്തിനും തെല്ലും ശമനമില്ല.

അമേരിക്കയിൽ കോവിഡ് മരണം ഒരു ലക്ഷം കവിഞ്ഞു.

'ആശ്ചര്യമില്ല; പ്രതീക്ഷിച്ച കാര്യം തന്നെ': അമേരിക്കയിൽ തൊഴിലില്ലായ്മ രൂക്ഷമായ സാഹചര്യത്തിൽ രുദ്രൻ ട്രമ്പിന്റെ ജല്പനം ഇങ്ങനെ.

എല്ലാം നാം തിരികെ കൊണ്ടു വരും. എവിടെ, എപ്പോൾ, എങ്ങിനെ...? എന്നുചോദിച്ചാൽ ഏഴാം കപ്പൽപ്പടയെ ഇറക്കി എട്ടും ആറും സ്കട്ട് മിസൈലുകളയച്ച് ചീനന്റെ രാജ്യം ഭസ്മമാക്കും. ഐക്യരാഷ്ട്ര സഭയെ മൂക്കുകൊണ്ടല്ല, നാക്കുകൊണ്ട് ഡബ്ലിയൂ എക്സ് വൈ എന്നുവരപ്പിക്കുമെന്ന് കട്ടായമടിച്ച് പിച്ചും പേയും പറയുന്നു.

അമേരിക്കൻ ഐക്യനാടുകളുടെ 45-ാമത്തെ പ്രസിഡന്റുമാത്രമാണ് രുദ്രൻ ട്രമ്പ്. ഭാവം ഭൂലോക ചക്രവർത്തിയുടേയും മേളിലുള്ളവൻ എന്നാണ്.

കേവലമൊരു കച്ചവടക്കാരൻ മാത്രമായിരുന്ന രുദ്രൻ പിന്നെ രാഷ്ട്രീയക്കാരനും, ടെലിവിഷൻ അവതാരകനുമായി വിലസുകയായിരുന്നു. അതിനിടയിൽ ഒരു നേരംപോക്കിന് റിപ്പബ്ലിക്കൻ പാർട്ടി സ്ഥാനാർഥിയായി, ഒടുവിൽ പ്രസിഡന്റുമായി. ഇപ്പോൾ വയസ്സ് 73 ആയി. എങ്കിലും 17 കാരന്റെ പകിട്ടാണ്.

കോവിഡ് വ്യാപനത്തെ തുടർന്ന് നടപ്പാക്കിയ ലോക്ക് ഡൗൺ മൂലം യുഎസിൽ ഏപ്രിലിൽ മാത്രം 20.5 ദശലക്ഷം ആളുകൾക്ക് ജോലി നഷ്ടമായെന്നാണ് കണക്കുകൾ. പുതിയ കണക്കെടുക്കാൻ കോവിഡ് 19 സമ്മതിക്കുന്നുമില്ല.

ലോകത്തിലെ ഏറ്റവും വലിയ സാമ്പത്തിക ശക്തി മുൻകാലങ്ങളായി സൃഷ്ടിച്ച പല തൊഴിലവസരങ്ങളും ഇതോടെ ഇല്ലാതാക്കപ്പെട്ടിരിക്കുകയാണ്. 2009 ലെ ആഗോള സാമ്പത്തിക പ്രതിസന്ധി കാലത്തുണ്ടായതിനെക്കാൾ വലിയ തൊഴിൽ പ്രതിസന്ധിയാണ് നിലവിലുണ്ടായിരിക്കുന്നത്. തൊഴിലില്ലായ്മ നിരക്ക് 14.7% ആണ് ഉയർന്ന് തലചൊറിഞ്ഞ് നിൽക്കുന്നത്. ഇതിനു പിന്നാലെയാണ് ട്രംപിന്റെ ഫലിതരസപ്രധാനമായ കഥകളി.

നിലവിലുള്ള ഭാര്യ മെലാനിയ ട്രമ്പ് മാത്രം സഹിക്കേണ്ട ഗതികേട് ഇപ്പോൾ അമേരിക്കൻ ജനത മൊത്തത്തിലനുഭവിക്കുന്നു. അത്രതന്നെ..! അന്നാട്ടിലെ മനുഷ്യരുടെ തലവര അമർത്തി മായിച്ചാൽ മായുന്നതല്ലയെന്ന് മാലോകർ മനസിലാക്കിയിരിക്കുന്നു. ●





Editorials of the month

ദീപിക മാർച്ച് 04, 2020

കരുതലാകണം നാം നമ്മുടെ മക്കൾക്ക്

കൗമാരക്കാരെ കാണാതാകുന്ന സംഭവങ്ങൾ കേരളത്തിൽ പതിവായിത്തീർന്നിരിക്കുന്നു. ഇതിന്റെ പിന്നിലുള്ള സാഹചര്യങ്ങൾ അന്വേഷിക്കുമ്പോൾ നമ്മുടെ സമൂഹത്തിലുണ്ടായിരിക്കുന്ന ധാർമികാപചയത്തിന്റെ വ്യാപ്തി ഏറെയാണെന്നാണു വെളിവാകുന്നത്. പിഞ്ചുകുട്ടികളോടുള്ള അതിക്രമങ്ങളും കൗമാരക്കാരുടെ ഒളിച്ചോട്ടവുമൊക്കെ കേരളീയ സമൂഹത്തിൽ വർദ്ധിച്ചുവരുന്നത് നമ്മുടെ സമൂഹത്തിന്റെ പൊതുവായ ധാർമിക മൂല്യശോഷണവും കുടുംബബന്ധങ്ങളിലെ ശൈഥില്യവുമാണു സൂചിപ്പിക്കുന്നത്. സമീപകാല സംഭവങ്ങളുടെ വെളിച്ചത്തിൽ മാതാപിതാക്കളും സ്‌കൂൾ അധികൃതരും സമൂഹവും സർക്കാരും കൗമാരക്കാരുടെ കാര്യത്തിൽ കൂടുതൽ ജാഗ്രത പുലർത്തേണ്ടിയിരിക്കുന്നു. കൗമാരക്കാരുടെ ഒളിച്ചോട്ടത്തിനു പിന്നിൽ കുടംബജീവിത സാഹചര്യങ്ങൾക്കു വലിയ പങ്കുണ്ട്. പരീക്ഷാഭയംകൊണ്ടു വീടുവിട്ടു പോകുന്നവരും ജീവനൊടുക്കുന്നവരുമായ കുട്ടികളും കുറവല്ല. മാതാപിതാക്കളും മക്കളും തമ്മിലുള്ള ബന്ധം സുദൃഢമല്ലാത്തതാണൊരു കാരണം. പഠനവും പരീക്ഷയും അവർക്കു ദു:സ്വപ്നമായി മാറാതിരിക്കാൻ മാതാപിതാക്കളാണു പ്രധാനമായും ശ്രദ്ധിക്കേണ്ടത്. പരീക്ഷാക്കാലത്തു കുട്ടികളുടെമേൽ അനാവശ്യ സമ്മർദം ചെലുത്താതെ അവർക്ക് ശാന്തമായും സ്വസ്ഥമായും പരീക്ഷയെഴുതുന്നതിനു സാഹചര്യം ഒരുക്കാനാണ് മാതാപിതാക്കൾ ശ്രദ്ധിക്കേണ്ടത്. മാനസികവും ശാരീരികവും ധാർമികവുമായ ആരോഗ്യത്തോടെ വളർന്നാൽ മാത്രമേ അവർക്കു വിജയകരമായ ജീവിതം നയിക്കാനാവൂ. മിതമായ സ്വാതന്ത്ര്യം കുട്ടികൾക്കു കൊടുക്കാതിരിക്കുന്നതും അപകടകരമാണ്. വഴിവിട്ട ബന്ധങ്ങളിലേക്കും ലഹരിയുടെ ഇരുണ്ട ആഴങ്ങളിലേക്കുമൊക്കെ കുട്ടികൾ വീണുപോവാതിരിക്കാൻ കുടുംബങ്ങളിലാണ് ഏറ്റവും കൂടുതൽ കരുതൽ ഉണ്ടാവേണ്ടത്.

മാതൃഭൂമി മാർച്ച് 05, 2020

ഭയമല്ല നിശ്ചയദാർഢ്യമാണ് വേണ്ടത്

ചെറിയ ഇടവേളയ്ക്കുശേഷം വീണ്ടും ആശങ്കയുയർത്തുകയാണ് കൊറോണ ബാധ. ലോകാരോഗ്യസംഘടനയുടെ പുതിയ കണക്കുപ്രകാരം 72 രാജ്യങ്ങളിലാണ് കോവിഡ് 19 എന്ന വൈറസിന്റെ സാന്നിധ്യം സ്ഥിരീകരിച്ചിരിക്കുന്നത്. വളരെയെളുപ്പം ബാധിക്കുന്ന രോഗമാണ് കൊറോണയെന്നും എങ്കിലും ചെറിയ മുൻകരുതലിലൂടെ അതിനെ പ്രതിരോധിക്കാമെന്നും നാം മനസ്സിലാക്കണം. കൂടുതൽ ആളുകൾക്ക് രോഗം സ്ഥിരീകരിച്ച സാഹചര്യത്തിൽ അടിയന്തര ഇടപെടലുകളാണ് സർക്കാർ നടത്തിവരുന്നത്. ഉറക്കം കെടുത്തുന്ന ഇത്തരം വ്യാധികളെ എങ്ങനെ ഫലപ്രദമായി പ്രതിരോധിക്കാമെന്ന് ലോകത്തിനു കാട്ടിക്കൊടുത്ത കേരളത്തിന്റെ മാതൃക പ്രസക്തമാകുന്ന സന്ദർഭമാണിത്. സംസ്ഥാനത്തിന്റെ ജാഗ്രതയോടുള്ള ഇടപെടലിനെ കേന്ദ്ര അധികൃതരടക്കം അനുമോദിച്ചതും സ്മരണീയമാണ്. പകർച്ചവ്യാധിയെപ്പോലുള്ള വിപത്തുകളുടെ യഥാർത്ഥരൂപവും സ്വഭാവും പൊതുജനങ്ങളിലേക്കെത്തിക്കാൻ സാമൂഹികമാധ്യമങ്ങൾ വഹിക്കുന്ന പങ്ക് വലുതാണ്. എന്നിരുന്നാലും കർശനമായ നിയന്ത്രണങ്ങൾ ഓരോരുത്തരും സ്വയം ശീലിക്കണം. സമചിത്തതയോടെയും ഗൗരവത്തോടെയും പ്രശ്നങ്ങളെ സമീപിക്കണം. ഉത്തരവാദപ്പെട്ടവരുടെ നിർദേശങ്ങൾ അനുസരിക്കുകയും സ്വന്തം കടമകൾ നിറവേറ്റുകയും വേണം. വ്യക്തിയെന്നും സമൂഹമെന്നുമുള്ള നിലകളിൽ പ്രതിസന്ധികളെ ധീരമായി നേരിട്ട് മറ്റൊരു മനുഷ്യ വിജയഗാഥകൂടി രചിക്കാനുള്ള സന്ദർഭമാണിതെന്ന് ഓർക്കുക അതിനനുസരിച്ച് പ്രതികരിക്കുക.

ദേശാഭിമാനി മാർച്ച് 06, 2020

യുവതയ്ക്ക് ആത്മവിശ്വാസം പകരുന്ന തീരുമാനം

പഠനത്തോടൊപ്പം തൊഴിൽ ചെയ്യുന്നത് നയമായി സ്വീകരിക്കാനുള്ള തീരുമാനം കേരളത്തിലെ ലക്ഷക്കണക്കായ കൗമാരക്കാരോടും യുവജനങ്ങളോടുമുള്ള സർക്കാരിന്റെ കരുതലും ശ്രദ്ധയുമാണ് കാണിക്കുന്നത്. പഠനത്തിന്റെ ഇടവേളകളിൽ ജോലിചെയ്ത് സ്വന്തം കാലിൽ നിൽക്കാൻ യുവജനങ്ങൾക്ക് പ്രേരണ നൽകുന്നതാണ് ചരിത്രപരമായ ഈ തീരുമാനം. സ്വന്തം കഴിവുകൾ പ്രകടിപ്പിക്കാനും തികഞ്ഞ കാര്യക്ഷമതയോടെ സമൂഹത്തിൽ ഇടപെടാനും ഇത് യുവതലമുറയ്ക്ക് ആത്മവിശ്വാസം നൽകും. ആത്മവിശ്വാസവും തൊഴിൽ നൈപുണ്യവും ആശയവിനിമയശേഷിയുള്ള യുവജനങ്ങളെ രൂപപ്പെടുത്താൻ കേരളത്തിലെ ഉന്നത വിദ്യാഭ്യാസരംഗത്തിന് സാധിക്കുന്നില്ലെന്ന വിമർശനം പൊതുവേയുണ്ട്. ഉന്നതവിജയവും സർട്ടിഫിക്കറ്റുകളും ഉള്ളവർപോലും തൊഴിൽ അഭിമുഖങ്ങളിലും മത്സരപരീക്ഷകളിലും പരാജയപ്പെടുന്നു. തൊഴിൽ മേഖലയിലെ കടുത്ത മത്സരം നേരിടാൻ ആത്മവിശ്വാസവും നൈപുണ്യവും കൂടിയേ തീരൂ. ഏത് വെല്ലുവിളിയും അതിജീവിക്കുന്നതിന് പുതിയ നയം യുവതയെ പ്രാപ്തരാക്കും. പാശ്ചാത്യരാജ്യങ്ങളിലെ പോലെ ഇനി നമ്മുടെ വിദ്യാർത്ഥികളും ഒഴിവുവേളകളിൽ തൊഴിൽചെയ്ത് സ്വന്തം കാലിൽ നിൽക്കും. അവർ നവകേരളം സൃഷ്ടിക്കും

മലയാളമനോരമ മാർച്ച് 20, 2020

ഇപ്പോഴും നാം നല്ല അതിഥേയരാവണം

കോവിഡ് 19 രോഗകാലം കേരളത്തിലെത്തിയ വിദേശ വിനോദസഞ്ചാരികൾക്ക് അവഗണനയുടെയും ആട്ടിപ്പായിക്കലിന്റെയും മുൻവിധി നിറഞ്ഞ പെരുമാറ്റങ്ങളുടെയും ദുരിതകാലം കൂടിയായത് നമ്മുടെ ആതിഥേയത്വത്തിനുമേൽ വലിയ കളങ്കമാണു വരുത്തിവയ്ക്കുന്നത്. സഞ്ചാരികളോടുള്ള മോശം പെരുമാറ്റം ഇനിയും തുടരുകയാണെങ്കിൽ അതിലൂടെ കേരളത്തിന്റെ വിനോദസഞ്ചാര മേഖലയിൽ എന്നും മായാത്ത കരിനിഴലാവും വന്നുവീഴുക. രോഗമില്ലെന്നു സ്ഥിരീകരിച്ചാൽ അവർക്കു ന്യായമായും ലഭിക്കേണ്ട ആതിഥേയത്വം നിഷേധിക്കുന്നതിലൂടെ നാം എന്താണു നേടുന്നത്. 'കൊറോണ' എന്നു വിളിച്ചുകൂവി വിദേശിയെ അപമാനിച്ചോടിച്ചു വിടുന്നതാണോ നമ്മുടെ സംസ്കാരം? കേരളത്തിൽ ഇപ്പോൾ അയ്യായിരത്തിലേറെ വിദേശവിനോദസഞ്ചാരികൾ ഉണ്ടെന്നാണു കണക്ക്. ഇവരെല്ലാവരും രോഗവാഹകരല്ലെന്ന തിരിച്ചറിവാണു നമുക്കാദ്യം ഉണ്ടാവേണ്ടത്. വിദേശികൾക്കുണ്ടാവുന്ന ദുരനുഭവങ്ങൾ കേരളത്തിന്റെ പ്രതിഛായയെയും നമ്മുടെ വിനോദസഞ്ചാര മേഖലയെയും ഗുരുതരമായി ബാധിക്കും. മനുഷ്യത്വത്തെ ഹനിക്കുന്ന നടപടികൾ ഉണ്ടാകരുതെന്നു ഉറപ്പാക്കേണ്ടതു നാം ഓരോരുത്തരുമാണ്. ഇപ്പോൾ ചിലരിൽനിന്നുണ്ടാകുന്ന ദുർമുഖമുദ്രകൾ വിദേശസഞ്ചാരികളോടു 'നന്ദി, വീണ്ടും വരരുത്' എന്നാണു പറയുന്നതെന്ന് കേരളത്തെ സ്നേഹിക്കുന്നവർ മനസ്സിലാക്കിയേ തീരൂ. നമ്മുടെ ടൂറിസം വാതിൽ നാം തന്നെ അടച്ചുകൂടാ. വിദേശികൾക്കു പോലീസ് കൈത്താങ്ങായതു പോലുള്ള സ്നേഹാനുഭവങ്ങൾ കരുതലിന്റെ മാതൃകയായി ഈ വേളയിൽ കേരളത്തിനു മുന്നിലുണ്ടാവട്ടെ.

മംഗളം മാർച്ച് 23, 2020

രോഗപ്രതിരോധത്തിന് ഈ സ്വയം അടച്ചുപൂട്ടൽ

കോവിഡ് രോഗവ്യാപനം തടയുന്നതിനായി പ്രധാനമന്ത്രിയുടെ ആഹ്വാനമനുസരിച്ച് ഇന്ത്യ ജനതാ കർഫ്യൂ ആചരിച്ചു. ജനങ്ങൾ വീടുകളിൽ നിന്നു പുറത്തിറങ്ങാതെ ഒറ്റക്കെട്ടായി നിന്നുള്ള ഏറ്റവും വലിയ പ്രതിരോധപ്രവർത്തനമായിരുന്നു അത്. ഇന്ത്യയിൽ കോവിഡ് ബാധിതരുടെ എണ്ണം വളരെ പെട്ടെന്നു വർദ്ധിച്ചുവരുന്ന അവസ്ഥയിൽ സാമൂഹ്യവ്യാപനമെന്ന വിപത്തിലേക്ക് രോഗം വളരാതിരിക്കാനുള്ള ഒരേ മനസ്സോടെയുള്ള പോരാട്ടമായിരുന്നു ജനതാകർഫ്യൂ. രാഷ്ട്രീയ വേർതിരിവുകളും എതിരഭിപ്രായങ്ങളുമൊക്കെ മാറ്റിവച്ച് രാജ്യത്തിന്റെയും ജനങ്ങളുടെയും ആരോഗ്യത്തിനും ജീവനും സംരക്ഷണമേകുക എന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെ എല്ലാവരും ഒപ്പം നിന്നു. ഇന്ത്യയൊന്നടങ്കം ഒരു ദിവസം അടച്ചിടുകയായിരുന്നു എന്നു പറയാം. മറ്റനേകം രാജ്യങ്ങളും അവിടങ്ങളിലെ രോഗബാധിത സ്ഥലങ്ങളുമൊക്കെ ഇങ്ങനെ അടച്ചിട്ടത് രോഗം നിയന്ത്രണാതീതമായി വളർന്ന സമയത്താണെങ്കിൽ ഇന്ത്യ രോഗം തലപൊക്കിവരുന്ന അവസരത്തിൽ തന്നെ സ്വയം അടച്ചു. പ്രതിരോധ കാര്യത്തിൽ ഏറെ നേട്ടമുണ്ടാക്കാൻ ഈ അടച്ചു പൂട്ടലിനു കഴിയും.

രോഗവ്യാപനം തടയാൻ സർക്കാരും ആരോഗ്യപ്രവർത്തകരുമെല്ലാം പ്രവർത്തിക്കുമ്പോൾ അതിനെ തുരങ്കം വയ്ക്കുന്ന തരത്തിൽ നിരുത്തരവാദപരമായി പെരുമാറുന്ന പലരെയും കാണാനാവുന്നത് ആശങ്കയുണ്ടാക്കുന്നതാണ്. ദിവസങ്ങളായി നീളുന്ന ബോധവത്ക്കരണ പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഇനിയും ലക്ഷ്യത്തിലെത്തിയില്ല എന്നു സംശയം തോന്നിക്കുന്ന പലകാര്യങ്ങളും കേരളത്തിൽ സംഭവിക്കുന്നുണ്ട്. ജനങ്ങൾ കൂട്ടം കൂടാൻ ഇടവരുത്തുന്നവർക്കെതിരെ പോലീസ് തുടങ്ങിവച്ച നടപടികൾ ഊർജിതമാക്കേണ്ടതുണ്ട്.

മാതൃഭൂമി മാർച്ച് 29, 2020

കൊട്ടിയടയ്ക്കൽ പ്രതിവിധിയല്ല

കൊറോണയുടെ സമൂഹവ്യാപനം തടയാനുള്ള ഏറ്റവും ശാസ്ത്രീയമായ പ്രതിവിധിയാണ് ലോക്ഡൗൺ. ജനകീയ കർഫ്യൂവും അതേതുടർന്ന് ലോക്ഡൗണും പ്രഖ്യാപിക്കുമ്പോൾ അവശ്യവസ്തുക്കളുടെ ലഭ്യത ഉറപ്പുവരുത്തുമെന്നാണ് പ്രധാനമന്ത്രി പ്രഖ്യാപിച്ചത്. അതിനാവശ്യമായ ചരക്കു ഗതാഗതം അനുവദിക്കുമെന്ന് ഉത്തരവിലൂടെ കേന്ദ്രസർക്കാർ അറിയിച്ചിരുന്നതാണ്. സംസ്ഥാനങ്ങൾ അതിർത്തികൾ അടയ്ക്കരുതെന്ന നിർദേശവുമുണ്ടായി. ലോക്ഡൗൺ പ്രഖ്യാപിച്ചത് മനുഷ്യരെയും ജീവജാലങ്ങളെയും സംരക്ഷിക്കുന്നതിനാണ്. രോഗവ്യാപനം തടയുന്നതുപോലെതന്നെ പ്രധാനമാണ് ഭക്ഷണവും ചികിത്സയും. പ്രധാനമന്ത്രി നടത്തിയ ആഹ്വാനം തിരിച്ചറിയാതെ കേരളത്തിന്റെ കർണാടക അതിർത്തിയിൽ നിർഭാഗ്യകരമായ നടപടി കർണാടകത്തിന്റെ ഭാഗത്തുനിന്നും ഉണ്ടായിരുന്നു. രാജ്യങ്ങൾക്ക് വേലി കെട്ടുന്നതുപോലെ മണ്ണുകൊണ്ട് മതിലുണ്ടാക്കിയിരിക്കുകയാണ്. കാസർകോട് ജില്ലയിലെ അതിർത്തി പഞ്ചായത്തുകളിൽ നിന്ന് ഭാഷാപരമായ കാര്യങ്ങളടക്കം മംഗലാപുരത്തെയും പരിസരപ്രദേശങ്ങളേക്കും ചികിത്സയ്ക്കും മറ്റും പൂർണ്ണമായും ആശ്രയിക്കുന്ന പാതകളാണ് അടച്ചുപൂട്ടിയത്. അരിക്കും പലവ്യഞ്ജനങ്ങൾക്കും പച്ചക്കറികൾക്കും ഇതരസംസ്ഥാനങ്ങളെ ആശ്രയിച്ചേ പറ്റൂ എന്നതാണ് കേരളത്തിന്റെ അവസ്ഥ.

മാതൃഭൂമി ഏപ്രിൽ 22, 2020

ജീവന്റെ കാവൽക്കാരെ കല്ലെറിയരുത്

കൊറോണ വൈറസിനെതിരായ ജാഗ്രത അത്യാചാരമായി മാറിയതിന്റെ ദാരുണമായ ഉദാഹരണമാണ് ചെന്നൈയിൽ ഡോക്ടർക്ക് ശ്മശാനം നിഷേധിച്ച സംഭവം. ആതുരശുശ്രൂഷയ്ക്കും സാമൂഹികസേവനത്തിനുമായി ജീവിതം നൽകിയ ന്യൂറോ സർജൻ ഡോ. സൈമൺ ഹെർക്കുലീസിന് ആറടിമണ്ണൊരുക്കാൻ ബന്ധുക്കൾക്കും സഹപ്രവർത്തകർക്കും വിയർപ്പുമാത്രമല്ല ചോരയും ചിന്തേണ്ടി വന്നുവെന്നത് അപമാനത്താൽ തലകുനിപ്പിക്കുന്ന വാർത്തയാണ്. കോവിഡ് 19 എന്ന രോഗത്തെക്കുറിച്ച് സമൂഹത്തിൽ നിലനിൽക്കുന്ന അബദ്ധധാരണകളുടെ തെളിവുകൂടിയാണത്. മരുന്നുപോലും കണ്ടെത്തിയിട്ടില്ലാത്ത രോഗത്തിൽനിന്ന് ഓരോ വ്യക്തിയും ജീവിതത്തിലേക്കു തിരിച്ചുവരുന്നത് ഡോക്ടർമാരുടെയും നഴ്സുമാരുടെയും നിരന്തര പരിചരണവും ലബോറട്ടറികളിൽ ഇടതടവില്ലാതെ പണിയെടുക്കുന്ന ടെക്നീഷ്യന്മാരുടെ സൂക്ഷ്മതയും കൊണ്ടാണ്. ഒരു സാഹചര്യത്തിലും വൈറസ് പടരില്ലെന്നുറപ്പുവരുത്തിയാണ് ഓരോ ശവസംസ്കാരവും നടത്തുന്നത്. ഇതെല്ലാം പലവട്ടം പറഞ്ഞിട്ടും സമൂഹത്തിലെ ചെറുവിഭാഗത്തിനെങ്കിലും ബോധ്യമാകുന്നില്ലെങ്കിൽ വൈറസിനെക്കുറിച്ച് അവർക്കിനിയും അറിവു പകരേണ്ടതുണ്ട്. ആതുരശുശ്രൂഷകരുടെയും ആരോഗ്യപ്രവർത്തകരുടെയും സുരക്ഷ ഉറപ്പാക്കേണ്ട പ്രാഥമിക ഉത്തരവാദിത്വം സർക്കാരിനാണെങ്കിലും അറിവില്ലാത്ത അയൽക്കാരെ കാര്യം പറഞ്ഞുമനസ്സിലാക്കാൻ ഓരോവ്യക്തിക്കും ബാധ്യതയുണ്ട്. കാരണം നമ്മുടെ ജീവന്റെ കാവലാളുകളാണവർ.

മലയാള മനോരമ ഏപ്രിൽ 22, 2020

വ്യാജവാർത്തകൾ എന്ന മഹാരോഗം

കോവിഡ് ബാധയുാക്കിയ ഭീതിയിലും ആശങ്കകളിലും വലയുന്ന ജനങ്ങൾക്കു മറ്റൊരു വെല്ലുവിളിയായി മാറുകയാണു വ്യാജവാർത്തകൾ. കോവിഡിന്റെ പശ്ചാത്തലത്തിൽ വ്യാജവാർത്തകൾ പ്രചരിപ്പിക്കുകയും നിർമ്മിക്കുകയും ചെയ്യുന്നവർ നടത്തുന്നതു കടുത്ത സമൂഹദ്രോഹമാണ്. ഇക്കാര്യം സംസ്ഥാന സർക്കാർ അതീവ ഗൗരവത്തോടെ തിരിച്ചറിഞ്ഞ് ആവശ്യമായ നടപടികളിലേക്കു കടന്നിരിക്കുകയാണ്. സത്യസന്ധവും വിശ്വാസ്യവുമായ മാർഗനിർദേശങ്ങൾ മുന്നിലുള്ളപ്പോൾ ചിലരെങ്കിലും സമൂഹമാധ്യമങ്ങളിലൂടെ വ്യാജപ്രചരണം നടത്തുന്നു എന്നത് സാക്ഷരകേരളത്തിന് അപമാനം തന്നെയാണ്. ഒരു കാരണവശാലും ഇനി നമ്മുടെ ജാഗ്രതയിൽ വിള്ളലേറ്റുകൂടെന്നു സർക്കാർ സംവിധാനങ്ങളാകെ ഓർമ്മിപ്പിക്കുമ്പോഴാണ് ഇത്തരക്കാരുടെ അഴിഞ്ഞാട്ടം. കോവിഡ് പശ്ചാത്തലത്തിൽ വിവരങ്ങളുടെ ആധികാരികത ഉറപ്പാക്കാൻ കേന്ദ്ര സർക്കാരിന്റെ വെബ് പോർട്ടൽ നിലവിലുണ്ട്. വ്യാജവാർത്തകൾ പടരാതിരിക്കാൻ ശ്രദ്ധിക്കണമെന്നു സുപ്രീംകോടതിതന്നെ നിർദേശിക്കുകയുണ്ടായി. അശാസ്ത്രീയവും അബദ്ധങ്ങൾ നിറഞ്ഞതുമായ സന്ദേശങ്ങൾ പ്രചരിപ്പിക്കുന്നത് ദുരന്തനിവാരണ നിയമപ്രകാരം കുറ്റകരമാണ്. വ്യാജസന്ദേശങ്ങൾ നിർമിക്കുന്നവർ മാത്രമല്ല പ്രചരിപ്പിക്കുന്നവരും കുറ്റക്കാരാണ്. സമൂഹമാധ്യമങ്ങളിലൂടെ വ്യാജവാർത്തകളും രോഗത്തെപ്പറ്റിയും ചികിത്സയെപ്പറ്റിയുമുള്ള വ്യാജസന്ദേശങ്ങളും അതിവേഗം പ്രചരിക്കുമ്പോൾ ഏറ്റവും വിശ്വസനീയമായി നിൽക്കുന്നത് അച്ചടിമാധ്യമം തന്നെയാണ്. കോവിഡ് ബാധിച്ച രാജ്യങ്ങളിലെല്ലാം പത്രങ്ങൾ നിർവഹിക്കുന്നതു ചരിത്രദൗത്യമാണെന്ന് എല്ലാ ഭരണകൂടങ്ങളും സാക്ഷ്യപ്പെടുത്തുന്നു. ഈ രോഗകാലത്തെ വിഷലിപ്തമാക്കുന്ന വ്യാജവാർത്തകൾക്കു തടയിടേണ്ടതു സർക്കാരിന്റെ മാത്രമല്ല പൊതുസമൂഹത്തിന്റെ കൂടി ഉത്തരവാദിത്തമാണ്.

ദീപിക ഏപ്രിൽ 28, 2020

കൃഷി ഊർജിതമാക്കിയില്ലെങ്കിൽ ഭക്ഷ്യദുരന്തം ആസന്നം

കേരളത്തെ കാത്തിരിക്കുന്നതു വലിയൊരു ഭക്ഷ്യക്ഷാമമോ? കോവിഡ് പ്രതിസന്ധി ദീർഘിച്ചാൽ അതു സംഭവിക്കാനിടയുണ്ട്. കോവിഡാനന്തര കാലത്തെക്കുറിച്ചു ചിന്തിക്കാൻ സമയമായിട്ടില്ലെങ്കിലും അടുത്തുതന്നെ രാജ്യം നേരിടാൻ പോകുന്ന പ്രധാനവെല്ലുവിളി ഭക്ഷ്യക്ഷാമം ആയിരിക്കും. സാമ്പത്തികരംഗത്തുൾപ്പെടെ ബഹുമുഖ പ്രതിസന്ധികൾ പ്രതീക്ഷിക്കണം. കേരളം ഭക്ഷ്യരംഗത്തെക്കുറിച്ചു ഗൗരവതരമായ ചിന്ത ഇപ്പോഴെങ്കിലും തുടങ്ങേണ്ടതുണ്ട്. നാട്ടിൽ കുരങ്ങുകൾക്കും തെരുവുനായ്ക്കൾക്കും പക്ഷികൾക്കും ഭക്ഷണം കിട്ടാത്ത അവസ്ഥ ഇപ്പോൾ തന്നെയുണ്ട്. എന്നാൽ ജനങ്ങൾ നേരിടാൻ പോകുന്ന ഭക്ഷ്യക്ഷാമത്തെക്കുറിച്ചു സർക്കാരും സമൂഹവും വളരെ ഗൗരവത്തിൽ ചിന്തിക്കേണ്ടിയിരിക്കുന്നു. അനധികൃതമായി അതിർത്തിയിലൂടെ ആളുകൾ പ്രവേശിക്കുന്നതു തടയാൻ നടപടി സ്വീകരിച്ചിട്ടുണ്ട്. അതിർത്തിയിലെ തടസം ഭക്ഷ്യവസ്തുക്കളുടെ ലഭ്യതയെ വലിയ അളവിൽ ബാധിക്കും. ആർക്കും ഭക്ഷണം കിട്ടാത്ത സാഹചര്യമുണ്ടാകില്ലെന്നു നേതാക്കന്മാർക്കു പറയാൻ കഴിയുന്നത് ഭക്ഷ്യ സ്വയംപര്യാപ്തതയ്ക്കായി രാജ്യം ഇതുവരെ നടത്തിയ അധ്വാനത്തിന്റെ ഫലമാണ്. അതു സാധ്യമാക്കിയത് രാജ്യത്തെ കർഷക സമൂഹമാണെന്ന കാര്യം ഭരണാധികാരികൾ മറന്നുപോകരുത്. ഇന്ന് അരിയും ഗോതമ്പും കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്ന രാജ്യങ്ങളുടെ പട്ടികയിലാണ് ഇന്ത്യ. പത്തുകോടി ടൺ ഭക്ഷ്യധാന്യങ്ങൾ സുരക്ഷിതമായി സൂക്ഷിക്കാൻ കഴിയുന്ന ആധുനിക സംഭരണശാലകൾ നമുക്കുണ്ട്. ഇതൊക്കെയാണെങ്കിലും ലോകത്തെ 117 പട്ടിണിരാജ്യങ്ങളുടെ പട്ടികയിൽ 102-ാമതായി ഇന്ത്യയുണ്ടെന്ന വിരോധാഭാസം നിലനിൽക്കുന്നു.

മാതൃഭൂമി മേയ് 04, 2002

മരുന്നുപരീക്ഷണങ്ങളിൽ പ്രതീക്ഷയുടെ കാത്തിരിപ്പ്

കോവിഡ് വൈറസിനെ മെരുക്കാനും തളയ്ക്കാനുമുള്ള ശ്രമങ്ങൾ ലോകമെമ്പാടും പുരോഗമിക്കുകയാണ്. വൈറസിനെതിരെയുള്ള വാക്സിൻ വാണിജ്യാടിസ്ഥാനത്തിലെത്താൻ അടുത്ത വർഷമാകുമെന്നതിൽ തർക്കമില്ല. പ്ലാസാ തെറാപ്പി, ആന്റിജെൻ തുടങ്ങിയ പുതിയ സങ്കേതങ്ങളിലേക്കും അന്വേഷണം നീളുന്നുണ്ട്. ആഗോളതലത്തിൽ വികസിത-വികസ്വര രാഷ്ട്രങ്ങളിൽ മരുന്നു ഗവേഷണം മിന്നൽവേഗത്തിലാണ് നടക്കുന്നത്. കുത്തിവെപ്പു മരുന്നുകളുടെ വാണിജ്യോത്പാദനത്തിന് സാധാരണ ഏഴുമുതൽ പത്തുവർഷം വരെയാണ് എടുക്കുക. മരുന്നു വികസിപ്പിച്ച് കഴിഞ്ഞാൽ പിന്നീട് പരീക്ഷണഘട്ടങ്ങളാണ്. ഇന്ത്യയിൽ പത്തു മരുന്നു ഗവേഷണങ്ങളാണ് മികച്ച നിലയിൽ മുന്നേറികഴിഞ്ഞിട്ടുള്ളത്. സാധാരണ ഗതിയിൽ 5000 മുതൽ 6500കോടി രൂപാ വരെ ഗവേഷണത്തിന് ചിലവാകും. ചില പ്രത്യേക സമയങ്ങളിൽ മാത്രം കാണുന്ന പകർച്ചവ്യാധികളുടെ മരുന്നു കണ്ടുപിടിക്കുന്നതിൽ കുത്തക കമ്പനികൾ താൽപ്പര്യം കാട്ടാറില്ല. ചെറുകിട കമ്പനികളോ സർക്കാർ സഹായം ലഭിക്കുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളോ നടത്തുന്ന പഠനങ്ങൾക്ക് പിന്തുണ നൽകാനാണ് ഇവർ ശ്രമിക്കുക. മാനവരാശി ഇന്നുവരെ നേടിയ എല്ലാ അറിവുകളെയും സമന്വയിപ്പിച്ച് ഫലപ്രദമായ പരിഹാരം വേഗം കണ്ടെത്താനാകുമെന്നാണ് ഏവരുടെയും പ്രതീക്ഷ. അതുതന്നെയാണ് ചരിത്രം നമ്മെ പഠിപ്പിക്കുന്നതും.

ദീപിക മേയ് 11, 2020

മടങ്ങിയെത്തുന്ന കുട്ടികളുടെ തുടർ വിദ്യാഭ്യാസം ഉറപ്പാക്കണം

കോവിഡ് സൃഷ്ടിത പ്രശ്നങ്ങളിൽ ഒന്നാണ് നാട്ടിൽ തിരിച്ചെത്തുന്ന പ്രവാസികുടുംബങ്ങളിലെ കുട്ടികളുടെ തുടർവിദ്യാഭ്യാസം. മടങ്ങിവരുന്ന പ്രവാസികളിൽ തൊഴിൽ നഷ്ടപ്പെട്ടവർ ഏറെയാണ്. ഇന്ത്യൻ പൗരത്വമുള്ള പതിനായിരത്തോളം പുതിയ കുട്ടികൾക്കു കേരളത്തിൽ തുടർവിദ്യാഭ്യാസ സൗകര്യം ഒരുക്കേണ്ടിവരുമെന്നാണ് കരുതുന്നത്. പുറത്തുനിന്നു വരുന്ന കുട്ടികളെ എയ്ഡഡ് സ്ക്കൂളുകളിലും അൺഎയ്ഡഡ് സ്ക്കൂളുകളിലുമുള്ള ഇംഗ്ലീഷ് മീഡിയം ക്ലാസ്സുകളിൽ പ്രവേശിപ്പിക്കാൻ കഴിയും. അൺഎയ്ഡഡ് സ്ക്കൂളുകളിൽ പ്രവേശനത്തിനു തടസ്സമുണ്ടാകില്ലെങ്കിലും എയ്ഡഡ് സ്ക്കൂളുകളിൽ പുതിയ ഡിവിഷൻ ഉണ്ടാക്കുന്നതിനും അദ്ധ്യാപക തസ്തിക സൃഷ്ടിക്കുന്നതിനുമൊക്കെ തടസ്സങ്ങളുണ്ടാകാം. വിദ്യാഭ്യാസമേഖലയാകെ കോവിഡ് വലിയ പ്രതിസന്ധി സൃഷ്ടിച്ചിട്ടുണ്ട്. പഠനവും പരീക്ഷയുമൊക്കെ പുതിയ രീതികളിലേക്കു മാറുന്ന സാഹചര്യത്തിൽ അടിയന്തരിമായി പ്രായോഗിക ക്രമീകരണങ്ങൾ ആവശ്യമാണ്. സംസ്ഥാനത്തിന് പുറത്തുനിന്നു വന്ന കുട്ടികളുടെ വിദ്യാഭ്യാസകാര്യത്തിൽ വ്യക്തവും കൃത്യവുമായ ഉത്തരവുകൾ ഇക്കാര്യത്തിൽ നൽകാൻ വിദ്യാഭ്യാസവകുപ്പു തയ്യാറാകണം.

മലയാള മനോരമ മേയ് 19, 2020

ലോക്ഡൗണിലെ ബിൽ ഷോക്ക്

ലോക്ഡൗൺകാലത്തു ലഭിച്ച കനത്ത വൈദ്യുതി ബിൽ ഗാർഹിക ഉപയോക്താക്കൾക്കു വലിയ സാമ്പത്തിക ബാധ്യതയായി മാറിയിരിക്കുന്നു. വൈദ്യുതി ഉപയോഗം കൂടിയപ്പോൾ സ്ലാബ് മാറിയതോടെ ബിൽതുകയിൽ വലിയ വർദ്ധനയാണുണ്ടായത്. ശരാശരി ഉപയോഗത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ബിൽ ലഭിച്ച ഗാർഹികേതര എൽടി ഉപയോക്താക്കൾ ബിൽതുകയുടെ 70% അടച്ചാൽ മതി. ലോക്ഡൗൺ മൂലം മാർച്ച് 24 മുതൽ ഏപ്രിൽ 20 വരെ ഗാർഹിക ഉപയോക്താക്കളുടെ മീറ്റർ റീഡിംഗ് എടുത്തിരുന്നില്ല, ഏപ്രിൽ 15വരെ ശരാശരി ഉപയോഗം കണക്കാക്കിയാണു ബിൽ നൽകിയത്. മീറ്റർ റീഡിംഗ് വൈകിയതുമൂലം ഉപയോഗത്തിൽ രേഖപ്പെടുത്തിയ വർദ്ധന വൈദ്യുതി ബോർഡ് തിരുത്തി നൽകുന്നുണ്ട്. എന്നാൽ കൃത്യം 60 ദിവസത്തെ ഉപയോഗം കണക്കാക്കി കനത്ത വൈദ്യുതിബിൽ ലഭിച്ചവർക്ക് അത് അടച്ചേ പറ്റൂ എന്നതാണു സ്ഥിതി. കഴിഞ്ഞവൈദ്യുതി നിരക്കു വർദ്ധനയ്ക്കു ശേഷം നിരക്കു കണക്കാക്കുന്നതിൽ വന്ന കാര്യമായ മാറ്റമാണ് ഇപ്പോഴത്തെ വൻവർദ്ധനയ്ക്കു കാരണം. വൈദ്യുതി ഉപയോഗം കൂടുന്നതിന് അനുസരിച്ച് നിരക്കു കുത്തനെ കൂടുമെന്ന കാര്യം പലരുടെയും ശ്രദ്ധയിൽ പെട്ടിരുന്നില്ല. ജനങ്ങൾ കനത്ത സാമ്പത്തിക ബുദ്ധിമുട്ടുകൾ നേരിടുന്ന സാഹചര്യത്തിൽ ഏതു തരത്തിൽ ആശ്വാസം നൽകാമെന്നാണ് ഔദ്യോഗിക സംവിധാനങ്ങൾ ആലോചിക്കേണ്ടത്.

ഓൺലൈൻ ബ്രാൻഡുകളിൽ ആമസോൺ മുന്നിൽ



ഇന്ത്യയിലെ ഇ-കൊമേഴ്സ് സൈറ്റുകളിൽ ഏറ്റവും കൂടുതൽ തെരയപ്പെടുന്ന ഇന്റർനെറ്റ് ബ്രാൻഡാണ് ആമസോൺ. ഗൂഗിൾ തൊട്ടുപിന്നിലാണെന്ന് ട്രാ റിസർച്ച് സർവേ. തുടർച്ചയായ അഞ്ചാം തവണയും ഫേസ്ബുക്ക് മൂന്നാം സ്ഥാനത്തും സോമാറ്റോ നാലാം സ്ഥാനത്തും. അഞ്ചാമത്തെയും ആറാമത്തെയും സ്ഥാനങ്ങളിൽ ഗൂഗിൾ പ്ലേ സ്റ്റോർ, ഓല എന്നിവയുമാണ്. ഒടിടി സേവന ദാതാവ് സീ5 ഏഴാം സ്ഥാനത്തെത്തി.

സർവേ പ്രകാരം, ഇന്റർനെറ്റ് വിഭാഗത്തിൽ ലിസ്റ്റുചെയ്തിട്ടുള്ള 30 ബ്രാൻഡുകളിൽ 16 എണ്ണം ഇന്ത്യയിൽ നിന്നും 12 എണ്ണം യുഎസ്എയിൽ നിന്നും രണ്ട് എണ്ണം ചൈനയിൽ നിന്നുമാണ്.

വിപുലീകരണം കാരണം 34 ശതമാനം ഇന്ത്യക്കാർക്കും താങ്ങാവുന്ന വിലയിൽ ഡാറ്റ ലഭ്യമായി. കഴിഞ്ഞ വർഷത്തെ അപേക്ഷിച്ച് ഇത് ഒരു വലിയ വളർച്ചയാണ്.

ലോഗോ മാറ്റം

23 വർഷത്തിനിടെ ആദ്യമായി ബിഎംഡബ്ല്യു അതിന്റെ ലോഗോ അപ്ഡേറ്റുചെയ്തു. വൃത്താകൃതിയിലുള്ള ലോഗോയിലെ കട്ടിയുള്ള പുറം വളയം കടും കറുപ്പിൽ നിന്ന് സുതാര്യമായി മാറി എന്നതാണ് ഏറ്റവും വലിയ മാറ്റം. അതിനാൽ ഏത് നിറത്തിൽ ലോഗോ സജ്ജമാക്കിയിട്ടുണ്ടോ എന്നത് ആ ഭാഗത്ത് ദൃശ്യമാകും. രൂപകൽപ്പന ലളിതവും കൂടുതൽ പരന്നതുമാക്കി മാറ്റി, പഴയ ലോഗോയുടെ അല്പം വൃത്താകൃതിയിലുള്ള രൂപത്തിൽ നിന്നുള്ള മാറ്റം, ഇത് കൂടുതൽ ത്രിമാനമായി കാണപ്പെട്ടു. ബിഎംഡബ്ല്യു ഒരു റിലേഷൻഷിപ്പ് ബ്രാൻഡായി മാറുകയാണ്.



പുതിയ ലോഗോ ചെക്കേർഡ് ബ്ലൂ-വൈറ്റ് പാറ്റേൺ അതിന്റെ നടുവിൽ സൂക്ഷിക്കുന്നു. ബിഎംഡബ്ല്യു ബ്രാൻഡിന്റെ ജന്മനാടായ ബവേറിയയുടെ (ജർമ്മനി)നിറങ്ങളാണ് നീലയും വെള്ളയും.

സേവിങ്ങ് അക്കൗണ്ടുകൾക്ക് മിനിമം ബാലൻസ് ഒഴിവാക്കി



സേവിങ് ബാങ്ക് അക്കൗണ്ടുകൾക്ക് മിനിമം ബാലൻസ് വേണമെന്ന നിബന്ധന എസ്.ബി.ഐ ഒഴിവാക്കി. പുതിയ നിയമം വന്നതോടെ ഇതിന് ഇനി പിഴയും ഈടാക്കില്ല.

ഗ്രാമീണ മേഖലകളിൽ നിന്നുള്ള ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് മിനിമം ബാലൻസായി വേണ്ടിയിരുന്നത് ആയിരം രൂപയാണ്. അർധ നഗരങ്ങളിൽ (സെമി അർബൻ) സേവിങ് അക്കൗണ്ടുകൾക്ക് രണ്ടായിരം രൂപയും മെട്രോ നഗരങ്ങളിൽ മൂവായിരം രൂപയുമായിരുന്നു മിനിമം ബാലൻസ് വേണ്ടിയിരുന്നത്. അക്കൗണ്ടിലെ തുക മിനിമം ബാലൻസ് പരിധിക്കു താഴെ വരുമ്പോൾ ഉപഭോക്താവിൽ നിന്നു സ്റ്റേറ്റ് ബാങ്ക് പിഴ ഈടാക്കിയിരുന്നു.

ശരാശരി പ്രതിമാസ ബാലൻസ് പരിപാലിക്കാത്തതിന് അഞ്ച് രൂപ മുതൽ 15 രൂപ വരെ പിഴയും നികുതിയുമാണ് സ്റ്റേറ്റ് ബാങ്ക് ചുമത്തിയിരുന്നത്. എസ്ബിഐയുടെ 44.51 കോടി സേവിങ് അക്കൗണ്ടുകൾക്കാണ് മിനിമം ബാലൻസ് നിലനിർത്തേണ്ട എന്ന പുതിയ നിയമം ആശ്വാസമാകുന്നത്. ഇതുകൂടാതെ സേവിങ് ബാങ്ക് അക്കൗണ്ടുകളുടെ പലിശ നിരക്ക് പ്രതിവർഷം മൂന്ന് ശതമാനമാക്കി കുറച്ചിട്ടുണ്ട്. എസ്എംഎസ് ചാർജുകൾ ഒഴിവാക്കാനും എസ്ബിഐ തീരുമാനിച്ചിട്ടുണ്ട്.

പരിസ്ഥിതി സുസ്ഥിരതയ്ക്കുള്ള ഇൻഫ്ര എഫ്എം പുരസ്കാരം സ്മാർട്ട് സിറ്റിക്ക്



പരിസ്ഥിതി സുസ്ഥിര പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കു നൽകുന്ന ഇൻഫ്രാ എഫ് എം പുരസ്കാരം കൊച്ചി സ്മാർട്ട് സിറ്റിക്ക്. അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങൾ, മനുഷ്യശേഷി തുടങ്ങി വ്യവസായ മേഖലയിലെ മാനദണ്ഡങ്ങൾ വിലയിരുത്തി മികവിന്റെ പരമോന്നത അംഗീകാരങ്ങളിലൊന്നായാണ് ഇൻഫ്ര എഫ്എം പുരസ്കാരം അറിയപ്പെടുന്നത്. ഇൻഫ്രാസ്ട്രക്ചർ, ഫെസിലിറ്റി, ഹ്യൂമൻ റിസോഴ്സ് ആൻഡ് റിയാലിറ്റി അസോസിയേഷൻ എന്നീ വ്യാവസായിക മേഖലകൾ പരിശോധിക്കുന്നതും സർക്കാർ നയങ്ങളിലടക്കം സ്വാധീനം ചെലുത്തുന്നതുമായ സംഘടനയാണ് ഇൻഫ്ര (ഐഎൻഎഫ്എച്ച്ആർഎ) എന്ന ചുരുക്കപ്പേരിലറിയപ്പെടുന്ന സംഘടന.

ഐസിഫോസിന് മലയാള ഭാഷാ പ്രതിഭാ പുരസ്കാരം



മലയാള ഭാഷയെ സാങ്കേതിക വിദ്യാ സൗഹൃദമാക്കുന്നതിലെ മികവിനായി മലയാളം മിഷൻ ഏർപ്പെടുത്തിയ മലയാള ഭാഷാ പ്രതിഭാ പുരസ്കാരത്തിന് ഐസിഫോസിനെ തെരഞ്ഞെടുത്തു. സംസ്ഥാന സർക്കാരിന്റെ ഐ.ടി മിഷന് കീഴിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന സ്ഥാപനമാണ് ഐസിഫോസ്.

മാതൃഭാഷാ സാങ്കേതിക വിദ്യാരംഗത്ത് പ്രഖ്യാപിക്കുന്ന പ്രഥമ പുരസ്കാരമാണ് മലയാള ഭാഷാ പ്രതിഭാ പുരസ്കാരം. സാങ്കേിതക വിദ്യ ഉപയോഗിച്ചുള്ള പരിഭാഷ, യൂണിക്കോഡ് അംഗീകൃത ഫോണ്ട് രൂപീകരണം, ഭാഷാപ്രചാരണത്തിന് സാങ്കേതിക വിദ്യയുടെ ഉപയോഗം, സാമൂഹ്യമാധ്യമങ്ങളിലെ മലയാള ഭാഷാ വിനിയോഗത്തെ അനായാസമാക്കുന്നതിലുള്ള മികവ്, മലയാളത്തനിമയുള്ള ഫോണ്ടുകളുടെ രൂപീകരണം എന്നിവയ്ക്ക് പ്രധാന്യം നൽകിക്കൊണ്ടുള്ള സാങ്കേതികവിദ്യകൾ ഉപയോഗിച്ചുള്ള ക്രിയാത്മക പ്രവർത്തനങ്ങൾ എന്നീ ഘടകങ്ങൾ പരിഗണിച്ചാണ് പുരസ്കാരം.

ഭാഷാ കമ്പ്യൂട്ടിംഗ് സാങ്കേതിക വിദ്യയുടെ കുത്തകയെ പ്രതിരോധിക്കും വിധത്തിൽ സ്വതന്ത്ര സോഫ്ട്‌വെയർ സംരംഭത്തെ ഏകോപിപ്പിക്കുക, സർക്കാർ ജീവനക്കാർക്ക് ഭാഷാ കമ്പ്യൂട്ടിംഗിൽ സൗജന്യ പരിശീലനം നൽകുക തുടങ്ങിയവ ഐസിഫോസിന്റെ പ്രധാന പ്രവർത്തനങ്ങളാണ്.

അലക്സ ടോപ് 50 പട്ടികയിൽ മനോരമ ഓൺലൈൻ



രാജ്യത്ത് എറ്റവും പ്രചാരമുള്ള വെബ്സൈറ്റുകളിൽ ഇന്ത്യൻ സൈറ്റുകൾ ഏഴെണ്ണം മാത്രം. അതിലൊന്ന് മനോരമ ഓൺലൈൻ. ആമസോണിന്റെ ആഗോള വെബ് റാങ്കിങ്ങ് സൈറ്റായ അലക്സയുടെ ടോപ് 50 പട്ടികയിലാണ് ഇന്ത്യ ടൈംസ്, ഹോട്ട്സ്റ്റാർ, മനോരമ ഓൺലൈൻ, മണി കൺട്രോൾ, ഐസിഐസിഐ ബാങ്ക്, എൻഡിടിവി എന്നീ ഇന്ത്യൻ സൈറ്റുകൾ സ്ഥാനം പിടിച്ചത്. വായനക്കാരുടെ എണ്ണം, പേജ് വ്യൂ എന്നിവ കണക്കിലെടുത്താണ് അലക്സ പട്ടിക തയാറാക്കുന്നത്.

കാഡ്ബറിയുടെ ലോഗോ മാറ്റം



മൊണ്ടെലസിന്റെ ഐക്കണിക് കാഡ്ബറി ബ്രാൻഡ് 50 വർഷത്തിലേറെയായ അതിന്റെ ലോഗോ പരിഷ്ക്കരിച്ചു. പ്രാഥമിക വിവര പ്രകാരം ലോഗോ മാറ്റത്തിനായി 500,000 ഡോളറോളം ചെലവഴിച്ചതായാണ് റിപ്പോർട്ട്. കാഡ്ബറിയുടെ അഭിപ്രായത്തിൽ, പുതിയ ഐഡന്റിറ്റി ബ്രാൻഡിന്റെ സവിശേഷവും ആധുനികവുമായ ഒരു മാറ്റം ഉൾക്കൊള്ളുന്നു. പുതിയ എലവേറ്റഡ് പാക്കേജിംഗിൽ നൂതന വേഡ്മാർക്ക്, പുതിയ ഐക്കണോഗ്രഫി, ടൈപ്പോഗ്രാഫി എന്നിവ ഉൾപ്പെടുന്നു, ഇത് കാഴ്ചയും ഭാവവും കൂടുതൽ സ്വാഭാവികതയും ആധികാരികതയും ഉയർന്ന നിലവാരവും നൽകുന്നു.

റീബ്രാൻഡിനായി ഗണ്യമായ തുക ചെലവഴിച്ചിട്ടും, പലർക്കും ഒറ്റനോട്ടത്തിൽ വ്യത്യാസം തിരിച്ചറിയാൻ കഴിഞ്ഞില്ല. എന്നാൽ പുതിയ ലോഗോയുമായി താരതമ്യപ്പെടുത്തുമ്പോൾ പഴയ ലോഗോയ്ക്ക് കട്ടിയുള്ള സ്ട്രോക്ക് ഉണ്ട്. ലോഗോയിലെ പുതിയ മാറ്റങ്ങൾ കമ്പനിയുടെ ഇമേജിനെയും ബിസിനസ്സ് വളർച്ചയെയും കാര്യമായി സഹായിക്കുമെന്ന് കമ്പനി പ്രതീക്ഷിക്കുന്നു.

ഐസോബാർ ഇന്ത്യ 'കിക്ക്സ്ട്രാറ്റ്' കൊണ്ടുവരുന്നു



ഭാവി തന്ത്രജ്ഞരെ വളർത്തിയെടുക്കുന്നതിനുള്ള ഇന്റേൺഷിപ്പ് അവസരമായ 'കിക്ക്സ്ട്രാറ്റ്' ഉടൻ ആരംഭിക്കുമെന്ന് ഐസോബാർ ഇന്ത്യയിലെ ഡെന്റ്സു എജിസ് നെറ്റ്‌വർക്ക് (DAN) പ്രഖ്യാപിച്ചു.

സമഗ്രവും എക്സ്ക്ലൂസീവുമായ 24-ആഴ്ചത്തെ പരിശീലന പരിപാടിയാണ് കിക്ക്സ്ട്രാറ്റ്, ഇത് യുവാക്കളെയും വളർന്നുവരുന്ന പ്രതിഭകളെയും അക്കൗണ്ട് ഒരു സുപ്രധാന കരിയർ ചോയിസായി തെരഞ്ഞെടുക്കുവാൻ സഹായിക്കുന്നു. വേഗത്തിലും വ്യത്യസ്തമായും ചിന്തിക്കാൻ കഴിയുന്ന പുതിയ പ്രതിഭകളെ പരസ്യ വ്യവസായത്തിലൂടെ വളർത്തിയെടുക്കുകയാണ് ലക്ഷ്യം. ഈ പരിപാടിയിൽ തീവ്രമായ ക്ലാസ് റൂം പഠനം, തത്സമയ പ്രോജക്റ്റുകൾ, ഗവേഷണം, വിവിധതരം അസൈൻമെന്റുകൾ എന്നിവ ഉൾപ്പെടുന്നു. ആദ്യത്തെ 3 മാസത്തെ ക്ലാസ് റൂം പരിശീലനത്തിനും ഗവേഷണ പ്രോജക്റ്റുകൾക്കും ശേഷം, തിരഞ്ഞെടുത്ത കുറച്ചുപേർ അടുത്ത 3 മാസത്തെ തൊഴിൽ പരിശീലനത്തിലേക്ക് മുന്നേറും, തെരഞ്ഞടുക്കപ്പെടുന്നവരെ സ്ഥിര ജോലിയിലേക്ക് നയിച്ചേക്കാം. ഈ പ്രോഗ്രാം ഭാവിയിലെ പ്രൊഫഷണൽസിനെ സൃഷ്ടിക്കുന്നതിനും പരിശീലിപ്പിക്കുന്നതിനും സഹായിക്കുമെന്ന് ഏജൻസി വിശ്വസിക്കുന്നു.



മൊബൈൽ പെട്രോൾ പമ്പുകളുമായി സ്റ്റാർട്ടപ്പ് കമ്പനി

ഇന്ത്യൻ വ്യവസായി രത്തൻ ടാറ്റയുടെ പിന്തുണയോടെ പൂനെ ആസ്ഥാനമായുള്ള ഊർജ്ജ വിതരണ സ്റ്റാർട്ടപ്പ് കമ്പനി നടപ്പു സാമ്പത്തിക വർഷത്തിൽ 3,200 മൊബൈൽ പെട്രോൾ പമ്പുകൾ നിർമ്മിച്ച് വിൽക്കാൻ പദ്ധതിയിടുന്നു. 2020–21 സാമ്പത്തിക വർഷത്തിൽ രാജ്യത്തുടനീളം 1,200 ഓളം ഓപ്പറേറ്റർമാരുമായി ഇതു സംബന്ധിച്ച് ഇടപാട് നടത്തുമെന്ന് റെപോസ് എനർജി അറിയിച്ചു. നിലവിൽ ഇന്ത്യയ്ക്ക് രാജ്യത്താകമാനം ഒരു ലക്ഷത്തിലധികം ഇന്ധന സ്റ്റേഷനുകൾ ആവശ്യമാണ്. എന്നിരുന്നാലും, സ്ഥലത്തിന്റെ ലഭ്യതയും വലിയ ചിലവും കാരണം ഇത് പ്രായോഗികമല്ല. 55,000 ഇന്ധന സ്റ്റേഷനുകൾ പോലും പര്യാപ്തമല്ലെന്ന് റെപോസ് എനർജി സഹസ്ഥാപകൻ ചേതൻ വാലുഞ്ച് പ്രസ്താവനയിൽ പറഞ്ഞു. എന്നാൽ ലളിതമായ മൊബൈൽ ആപ്ലിക്കേഷനിലൂടെ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ഇന്ധനം സുരക്ഷിതമായും സൗകര്യപ്രദമായും എത്തിക്കാൻ റിപോസിന് സാധിക്കുമെന്നും അദ്ദേഹം പറഞ്ഞു.

ടിവിഎസ്, ബ്രിട്ടനിലെ നോർട്ടൻ മോട്ടോർസൈക്കിൾ കമ്പനി ഏറ്റെടുത്തു



പ്രശസ്ത മോട്ടോർ സൈക്കിൾ, ഓട്ടോ നിർമാതാക്കളായ ടിവിഎസ് മോട്ടോഴ്സ്, ബ്രിട്ടീഷ് മോട്ടോർ സൈക്കിൾ കമ്പനി ഏറ്റെടുക്കുന്നു. ബ്രിട്ടനിലെ ഏറ്റവും പ്രശസ്തമായ മോട്ടോർ സൈക്കിൾ നിർമാണ കമ്പനിയായ നോർട്ടനെയാണ് ടിവിഎസ് മോട്ടോഴ്സ് ഏറ്റെടുക്കുന്നത്. ടിവിഎസ്സിന്റെ തന്നെ വിദേശ സബ്സിഡിയറി വഴിയാണ് ഏറ്റെടുക്കൽ നടപടികൾ നടന്നത്. 16 മില്യൻ പൗണ്ടിനാണ് ഏറ്റെടുക്കൽ നടന്നതെന്നാണ് വിവരം.

അടുത്ത കാലത്തുണ്ടായ രാജ്യത്തെ ഏറ്റവും ശ്രദ്ധേയമായ ഏറ്റെടുക്കലെന്നാണ് വ്യവസായരംഗത്തെ പ്രമുഖർ ഇതിനെ വിലയിരുത്തുന്നത്. ഇന്ത്യയിലെ ഏറ്റവും പ്രമുഖ ബ്രാൻഡായ ടിവിഎസ്സിന് അവരുടെ അന്താരാഷ്ട്ര സാന്നിധ്യം വർധിപ്പിക്കാൻ ഇതുവഴി സാധിക്കും.

ബ്രിട്ടനിലെ ബിർമിങ്ഹാമിലെ ജെയിംസ് ലാൻസ്ഡോൺ നോർട്ടനാണ് 1898 ൽ നോർട്ടൻ കമ്പനി സ്ഥാപിച്ചത്. ബ്രിട്ടനിലെ എല്ലാ കാലത്തെയും സുപ്രധാന ബ്രാൻഡുകളിലൊന്നുമാണ് നോർട്ടൻ. 20ാം നൂറ്റാണ്ടിൽ കമ്പനി നിരവധി ലക്ഷ്വറി ക്ലാസിക്ക് മോഡലുകൾ അവതരിപ്പിച്ചു. നോർട്ടൻ ഏറ്റെടുക്കുക വഴി തങ്ങളുടെ അന്താരാഷ്ട്ര വിപണിയിലെ സാന്നിധ്യം വർധിപ്പിക്കാൻ സാധിക്കുമെന്ന് ടിവിഎസ് കമ്പനി ജോ. മാനേജിങ് ഡയറക്ടർ സുദർശൻ വേണു പറഞ്ഞു.അതേസമയം ഏറ്റെടുത്തെങ്കിലും നോർട്ടന്റെ ബ്രാൻഡുകൾ അതേപടി തുടരുമെന്നും അദ്ദേഹം പറഞ്ഞു.

കമ്യൂണിറ്റി റേഡിയോകളുടെ എണ്ണം വർധിപ്പിക്കുന്നു

ടെലിവിഷൻ ചാനലുകളിൽ ഉള്ളതുപോലെ കമ്യൂണിറ്റി റേഡിയോകളിലും പരസ്യസമയം മണിക്കൂറിൽ നിലവിലുള്ള 7 മിനിറ്റിൽ നിന്ന് 12 മിനിറ്റായി ഉയർത്തുന്ന കാര്യം പരിഗണനയിലുണ്ടെന്ന് കേന്ദ്ര വാർത്താവിതരണ പ്രക്ഷേപണ മന്ത്രി പ്രകാശ് ജാവദേക്കർ പറഞ്ഞു. കമ്യൂണിറ്റി റേഡിയോ സ്റ്റേഷനുകൾ സ്ഥാപിക്കുന്നതിന്റെ 75 ശതമാനം ചെലവും വഹിക്കുന്നത് കേന്ദ്ര വാർത്താവിതരണ പ്രക്ഷേപണ മന്ത്രാലയമാണ്. ദൈനംദിന പ്രവർത്തനങ്ങളുടെ ചെലവ് സ്റ്റേഷനുകൾ വഹിക്കുന്നു. നിലവിൽ കമ്യൂണിറ്റി റേഡിയോ സ്റ്റേഷനുകൾക്ക് അനുവദിച്ചിരിക്കുന്ന പരസ്യസമയം മണിക്കൂറിൽ ഏഴു മിനിറ്റാണ്. എന്നാൽ, ടെലിവിഷൻ ചാനലുകൾക്ക് 12 മിനിറ്റാണ്. എല്ലാ റേഡിയോ സ്റ്റേഷനുകൾക്കും സമാന സമയം നൽകാനും അതിനാൽത്തന്നെ അവർക്ക് പ്രത്യേക ധനസഹായം തേടേണ്ട ആവശ്യം വരില്ലെന്നും പ്രാദേശിക പരസ്യങ്ങൾ കമ്യൂണിറ്റി സ്റ്റേഷനുകളിൽ കൂടുതലായി പ്രക്ഷേപണം ചെയ്യാമെന്നും അദ്ദേഹം പറഞ്ഞു. പ്രചരിക്കുന്ന വ്യാജ വാർത്തകൾ ശ്രദ്ധിച്ചും, പ്രാദേശിക സ്രോതസ്സുകളിലൂടെ അവയുടെ നിജസ്ഥിതി പരിശോധിച്ചും, വ്യാജ വാർത്താ ഭീഷണികൾക്കെതിരായി പ്രവർത്തിക്കാൻ കഴിയണമെന്ന് മന്ത്രി പറഞ്ഞു. പ്രസ്സ് ഇൻഫർമേഷൻ ബ്യൂറോയ്ക്കു കീഴിൽ ഫാക്ട് ചെക്ക് സെല്ലിനു രൂപം നൽകിയിട്ടുണ്ടെന്നും കമ്യൂണിറ്റി റേഡിയോയ്ക്ക് ഫാക്ട് ചെക്ക് സെല്ലിന്റെ ജോലി പൂർത്തീകരിക്കാൻ കഴിയുമെന്നും മന്ത്രി കൂട്ടിച്ചേർത്തു.

പബ്ലിക് റേഡിയോ (ഓൾ ഇന്ത്യ റേഡിയോ), സ്വകാര്യ റേഡിയോ പ്രക്ഷേപണം (എഫ് എം) എന്നിവയ്ക്കൊപ്പം റേഡിയോ പ്രക്ഷേപണത്തിന്റെ മൂന്നാം നിരയാണ് കമ്യൂണിറ്റി റേഡിയോ. പ്രക്ഷേപണ പരിധി കുറഞ്ഞ എഫ് എം റേഡിയോ സ്റ്റേഷനാണിത്. പ്രാദേശിക വിഷയങ്ങൾ കേന്ദ്രീകരിച്ചുള്ള ഈ റേഡിയോ സ്റ്റേഷനുകൾ പ്രത്യേക വിഭാഗത്തിന്റെ ഉടമസ്ഥതയിലാണ് ആ വിഭാഗത്തിന്റെ ആവശ്യങ്ങൾക്കായി 10–15 കിലോമീറ്റർ പരിധിയിലാകും പ്രവർത്തനം. കമ്യൂണിറ്റി റേഡിയോകളെ പിന്തുണയ്ക്കുന്നതിനായി 'ഇന്ത്യയിലെ കമ്യൂണിറ്റി റേഡിയോ പ്രസ്ഥാനത്തെ പിന്തുണയ്ക്കുക' എന്ന പേരിൽ സർക്കാർ പദ്ധതി നടപ്പാക്കുന്നുണ്ട്. 25 കോടി രൂപയാണ് ഇതിന് അനുവദിച്ചിട്ടുള്ളത്. നടപ്പുവർഷം 4.5 കോടി രൂപയാണ് പദ്ധതി വിഹിതം.

നിയമിതനായി



ബോർഡ് ഓഫ് സീ എന്റർടൈൻമെന്റ് എന്റർപ്രൈസസ് (ZEEL) 2020 മാർച്ച് 24 മുതൽ സ്വതന്ത്ര ഡയറക്ടറായി ഓഗിൽവിയുടെ പീയൂഷ് പാണ്ഡെയെ നാമനിർദ്ദേശസമിതിയുടെ ശുപാർശയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ നിയമിച്ചു.

മഹീന്ദ്രാ ഗ്രൂപ്പ് ഓർഗാനിക്ക് ഫുഡിലേക്ക്



ട്രാക്റ്റർ-ടു-സോഫ്റ്റ് വെയർ കമ്പനിയായ മഹീന്ദ്ര ഗ്രൂപ്പ് സ്വന്തം ബ്രാൻഡ് ഓർഗാനിക് ഫുഡ് അവതരിപ്പിക്കാനുള്ള സാധ്യതയെക്കുറിച്ച് പഠിക്കുന്നു.

ജൈവ ഭക്ഷ്യ ഉൽപന്നങ്ങളുടെ ആധികാരികതയിലുള്ള ഉപഭോക്തൃ വിശ്വാസത്തിന്റെ അഭാവം മറികടക്കാൻ മഹീന്ദ്ര അഗ്രി സൊല്യൂഷൻസ് എന്ന കമ്പനി മഹീന്ദ്ര ബ്രാൻഡുമായി ചേർന്നാണ് പുതിയ സംരംഭത്തിന് തുടക്കമിടുന്നത്. ഒരു ഓർഗാനിക് ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ ആധികാരികതയിൽ ഉപഭോക്തൃ വിശ്വാസം വളർത്തിയെടുക്കുന്നതും ജൈവവും സാധാരണ ഭക്ഷണവും തമ്മിലുള്ള വില വ്യത്യാസവുമാണ് ഇന്ന് ഇന്ത്യൻ വിപണിയിലെ രണ്ട് തടസ്സങ്ങൾ എന്ന് മഹീന്ദ്ര അഗ്രി സൊല്യൂഷൻസ് മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടർ അശോക് ശർമ പറഞ്ഞു. മഹീന്ദ്ര പോലുള്ള ഒരു ബ്രാൻഡിന്റെ പ്രവേശനം ആ വിശ്വാസം വളർത്തിയെടുക്കാൻ സഹായിക്കുമെന്ന് അദ്ദേഹം പറഞ്ഞു,

ഈ ബിസിനസ്സ് പര്യവേക്ഷണം ചെയ്യുന്നതിനായി കമ്പനി ഇതിനകം തന്നെ ഓർഗാനിക് ഭക്ഷ്യ നിർമ്മാണ സ്റ്റാർട്ടപ്പായ മേര കിസാനിൽ നിക്ഷേപം നടത്തിയിട്ടുണ്ട്. അടുത്ത മൂന്ന്-നാല് വർഷത്തിനുള്ളിൽ 25,000 കർഷകരുടെ വിതരണ അടിത്തറയിലേക്ക് കുറഞ്ഞത് 2 ലക്ഷം ടൺ ജൈവ ഭക്ഷണം ലഭ്യമാക്കുകയാണ് ലക്ഷ്യം. നിലവിൽ 8,000 ത്തോളം സർട്ടിഫൈഡ് ഓർഗാനിക് കർഷകരാണ് ഇതിലുള്ളതെന്ന് ശർമ പറഞ്ഞു. ഹൈകോ സൂപ്പർമാർക്കറ്റ് പോലുള്ള പങ്കാളികൾ വഴിയും ബിഗ് ബാസ്കറ്റ്, ആമസോൺ, ഫ്ലിപ്കാർട്ട് പോലുള്ള ഓൺലൈൻ റീട്ടെയിലർമാർ വഴിയും ഇത് നിലവിൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കുന്നു. ക്രിക്കറ്റ് താരം അജിങ്ക്യ രഹാനെയെ ബ്രാൻഡ് അംബാസഡറായി മേര കിസാൻ ധാരണയായി. മഹീന്ദ്ര അഗ്രി സൊല്യൂഷൻസ് വിത്തുകൾ, മൈക്രോ ഇറിഗേഷൻ സംവിധാനങ്ങൾ, കാർഷിക രാസവസ്തുക്കൾ എന്നിവ വിൽക്കുന്നു, കൂടാതെ ഇന്ത്യയിൽ നിന്ന് യൂറോപ്യൻ വിപണികളിലേക്ക് പഴങ്ങൾ കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്നതിൽ മുൻനിരയിലാണ്.

വൺപ്ലസിന് പുതിയ വിഷ്വൽ ഐഡന്റിറ്റിയും ലോഗോയും



വൺപ്ലസ് ബ്രാൻഡിനെ കൂടുതൽ എളുപ്പത്തിൽ തിരിച്ചറിയാവുന്നതും വൈവിധ്യപൂർണ്ണവുമാക്കാൻ ലക്ഷ്യമിട്ട് അപ്ഡേറ്റ് ചെയ്ത ലോഗോ ഉൾപ്പെടെ കമ്പനിയുടെ പുതുക്കിയ വിഷ്വൽ ഐഡന്റിറ്റി വൺപ്ലസ് പുറത്തിറക്കി. കമ്പനി 2013 ഡിസംബറിൽ സ്ഥാപിതമായതിനുശേഷം വൺപ്ലസ് ബ്രാൻഡിലെ ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട മാറ്റത്തെ ഈ അപ്ഡേറ്റുകൾ അടയാളപ്പെടുത്തുന്നു.

''വൺപ്ലസ് നമ്മൾ ആരാണെന്നതിനെ മാറ്റുകയല്ല, മറിച്ച് ഞങ്ങൾ നിലകൊള്ളുന്നതിനെ ശക്തിപ്പെടുത്തുകയാണ് - നെവർ സെറ്റിലിന്റെ യഥാർത്ഥ ചൈതന്യം,'' വൺപ്ലസിന്റെ ആഗോള ക്രിയേറ്റീവ് ഡയറക്ടർ മാറ്റ്സ് ഹകാൻസൺ പറഞ്ഞു. ''ഞങ്ങൾ എല്ലായ്പ്പോഴും ഞങ്ങളുടെ ഉപയോക്താക്കൾക്കായി രൂപകൽപ്പന ചെയ്യുന്നു.

വൺപ്ലസിന്റെ പുതിയ വിഷ്വൽ ഐഡന്റിറ്റിയിൽ കൂടുതൽ സമീകൃത ഭാവത്തോടെ ക്ലാസിക് വൺപ്ലസ് രൂപം നിലനിർത്തുന്നു. ലോഗോ കൂടുതൽ വ്യക്തമായ, സ്റ്റൈലിഷായ ഒരു പുതിയ '1' അവതരിപ്പിക്കുന്നു, ഇത് മൊത്തത്തിലുള്ള ബാലൻസിനായി ലോഗോ ടൈപ്പിനെ ക്രമീകരിക്കുമ്പോൾ വായിക്കാൻ എളുപ്പമാണ്. ചുറ്റുമുള്ള ബോക്സിലെ '+' വലുതാകുകയും ഇപ്പോൾ കൂടുതൽ പ്രാധാന്യത്തോടെ നിലകൊള്ളുകയും ചെയ്യുന്നു,

PRCI തലപ്പത്ത് മലയാളികൾ


Dr. T Vinay Kumar


U S Kutty

ഇന്ത്യയിലാകമാനമായി 37 ചാപ്റ്ററുകളുള്ള PRCI (Public Relations Council of India) യുടെ നാഷണൽ പ്രസിഡന്റായി ഡോ.റ്റി.വിനയകുമാറിനേയും (Guide PR & Branding), ജനറൽ സെക്രട്ടറിയായി യു.എസ്. കുട്ടിയേയും (Mc Non Bezel) തിരഞ്ഞെടുത്തു. മറ്റു ഭാരവാഹികൾ സീനിയർ വൈസ് പ്രസിഡന്റുമാർ: പ്രൊ.ഡോ.കെ.ആർ വേണുഗോപാൽ (ബാഗ്ലൂർ), കെ.രവീന്ദ്രൻ (മുംബൈ), ബി.കെ.ഷാനു (കൊൽക്കത്ത), സി.ജെ.സിങ്ങ് (ചണ്ഡിഗഡ്), ട്രഷറർ: ശ്രീനിവാസ് നായിഡു (ബാംഗ്ലൂർ), സോൺ ചെയർമാൻമാർ: ജയപ്രകാശ് റാവു (മൈസൂർ), രേണുക സൽവൻ (ഡൽഹി), സഞ്ജയ് രാമമൂർത്തി (മുംബൈ), ആർ.എൻ. മൊഹപത്ര (കൊൽക്കത്ത) എന്നിവരെ ബാംഗ്ലൂരിൽ ചേർന്ന രണ്ടുദിവസത്തെ PRCI കോൺക്ലേവിൽ തിരഞ്ഞെടുത്തു.

the other truth



Nothing else matters

So Mie

Together, apart, alone.

These are paradoxical times. Times when we work and live in a novel way. Novel it has to be to tackle a novel brand of outbreak that disrupts everything we've so far considered normal.

Together we remain to prevent it, apart we stay to stop its spread, and alone we get stronger to fight it. And I hope by the time this is published, we will have put some brakes on its breakneck speed.

Being apart and alone in my room in perfect health and logging in every morning to register my attendance for work, I'm adapting to the new normal.

The new killer in town reminds me of all the horrific stories I've read about the Black Death - the Great Bubonic Plague - that wiped off almost half the population of Europe in a four-year real danse macabre from 1347 to 1351. The overlapping landscape of human vulnerabilities, heroism, cowardice, and selfishness portrayed in Camus' novel The Plague are also brought to mind.

What's really scary is the economic lockdown that's already on us. Widespread business closures and layoffs. Daily and hourly wage earners being pushed out of work. Salaried workers who just make ends meet being thrown into dire straits.

Many of us in quarantine have enjoyed the break in the comfort of our homes. We were all the more active on our favorite media, which ironically is the safest mode of social distancing. The only stress we've had maybe what movies to watch on Netflix and what memes to post.

As we saw during the early days of the lockdown, cooking up a kitchen orchestra and singing from the balcony were all good optics to show that we'd fight it together. But social distancing must not be used as an excuse to turn a blind eye to the needy. We should find ways to support those who are made poorer by the tragic wave. Governments should now start to bail out people, not fraudulent banks and corporates.

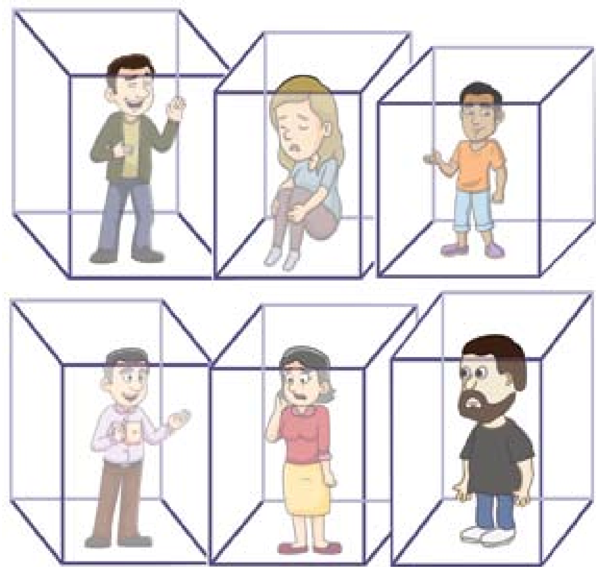
It's a good sign that people are starting to cut down on their dependence on gods. We've even seen gods, who are supposed to protect people, wearing masks in fear of an equally invisible organism.

So my suggestion is to collect all the monetary offerings meant for these helpless gods and utilize them for common good. Huge funds set aside for the construction of churches, mosques and temples may be diverted for the establishment of medical research centers or hospitals. A large portion of that money can also be invested in the development of agricultural solutions and safe water resources because we can live without places of worship and modes of transport, but not without food and water.

If anything is certain about this uncertain time it is that it will run its deathly course and, sooner or later, die out. That's what the history of tragedies has taught us. A majority of us will survive the devastation to tell the story. A few will ignore the sensational part and set to finding ways to make sure that it doesn't happen again. They include pharmaceutical scientists, research physicians, pathologists, virologists, biochemists and rich philanthropists willing to donate their wealth for life-saving missions. The present humanity owes its healthy existence to such a gifted few. It's because of them that we have no more serious cases of plague, cholera, malaria, tuberculosis, and deaths due to infections. The likes of them are our only hope in these critical times.

Of course, as in any unfortunate scenarios, there may be silly minds trying to twist the tale for their own advantage. Remember, blame games would only inject doses of negative energy into those who test positive. Conspiracy theories would only help spread confusion.

My other worry is that some religious fanatic or spiritual freak, having their back against the wall, would rebound with a devious narrative. They may say: it's all god's wrath unleashed on the



sinners. And so more repentance, more sacrifices, more prayers and poojas, and more contributions to placate and please your deity.

If someone dares to say that, I hope we're strong and intelligent enough to ask them to just shut up and get lost! That said, we may continue resorting to habitual praying if it calms the nerves just as music or a hot bath does. But play no more into the hands of manipulative agents of god who, as always, include some of our star politicians.

So here's to the grit, wit and kindness of humanity! Nothing else matters.

Printed, Published and Owned by Mathew K., Effective Publications, Mulamoottil Building, Cathedral Road, Manorama South, Kottayam - 686 001 Kerala. and Printed at Southern Printing House, Sastri Road Extn., Mugal Palace Building, Collectorate P.O., Kottayam - 686 002, Kerala..

EFFECTIVE ADCOM 2020 April, May June. Date of publication 01/06/2020
RNI Reg. No. KERBIL/2014/64776, Registered. Reg. No. KL/KTM/113/2019-21, Price: Rs. 50/-